

## PERANCANGAN BRANDING DI TAMAN PRESTASI SURABAYA SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Faiz Miftahul Huda<sup>1</sup>, Renny Nirwana Sari<sup>2</sup>, Rafael Afila Sulthan Iqbal<sup>3</sup>,

<sup>1,2</sup>Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknik

Universitas Maarif Hasyim Latif, Sidoarjo, Indonesia

e-mail : faiz@dosen.umaha.ac.id<sup>1</sup>, renny\_nirwanasari@dosen.umaha.ac.id<sup>2</sup>

rafaelafilasulthaniqbal@student.umaha.ac.id<sup>3</sup>

### ABSTRAK

Berkembangnya zaman pada era teknologi membawa dampak pada perilaku masyarakat. Dampak teknologi yang sangat terlihat, salah satunya yaitu masyarakat yang tidak terlalu peduli dengan keadaan sekitar. Oleh sebab itu, pariwisata yang dulunya dikenal sebagai tempat berkumpul, kini mulai terabaikan dan bahkan beberapa sudah ditutup karena tergerus zaman. Salah satu wisata yang terkena dampak dari perubahan zaman adalah Taman Prestasi Surabaya. Taman ini sempat menjadi tempat favorit sekaligus kebanggaan Kota Surabaya. Berdasarkan aspe sejarah dan lokasi, Taman Prestasi Surabaya memiliki potensi yang cukup signifikan. Jadi, diperlukan strategi yang tepat guna mengembalikan situasi dan kondisi taman ini seperti dulu, salah satunya melalui branding. Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan pada kaitannya dengan branding, yakni nama yang unik, merk dagang, logo, slogan, maupun hal lain yang menunjukkan ciri khas sebagai suatu identitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi perancangan branding yang tepat pada Taman Prestasi Surabaya, agar kembali mendapatkan atensi dari masyarakat. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Teori yang digunakan adalah metode perancangan desain milik Hawkins dengan tiga tahapan yakni eksplorasi, eksperimen, dan evaluasi. Hasil dari penelitian ini adalah perancangan branding diperlukan sebagai strategi branding Taman Prestasi Surabaya dengan media pendukung promosi. Tujuannya jelas sebagai salah satu sarana Taman ini untuk lebih dikenal dengan ciri khas tertentu sebagai identitasnya.

**Kata kunci:** Branding, Identitas, Perancangan, Promosi, Strategi, Taman

### ABSTRACT

*Developments in the technological era had an impact on changes in society's thinking patterns. The impact of technology is very visible, one of which is that society don't care about their surroundings. For this reason, tourism, which was previously known as a gathering place, is now starting to be neglected and some have even been closed due to the erosion of time. One of the tourist attractions that has been impacted by changing times is Taman Prestasi Surabaya. This park had become a favorite place and the pride of the city of Surabaya. Based on historical aspects and location, Taman Prestasi Surabaya has quite significant potential. It needs a strategy to restore the situation and condition of this park to what it used to be, one of which is through branding. Several things need to be considered about branding, namely a unique name, trademark, logo, slogan, or other things that show distinctive characteristics as an identity. This research aims to analyze appropriate branding design strategies at Taman Prestasi Surabaya so that it gets the public's attention again. This type of research is qualitative with data collection methods through observation, interviews, and documentation. The theory used is Hawkins' design method with three stages, namely exploration, experimentation, and evaluation. The result is that branding design is very important for branding strategy for Taman Selamat Surabaya with promotional supporting media. The aim is clear as a means for this park to be better known for certain characteristics as its identity..*

**Keyword:** Branding, Design, Identity, Parks, Promotion, Strategy,

### PENDAHULUAN

Di era *society* 5.0 perilaku masyarakat semakin berkembang disebabkan karena tuntutan zaman. Hal ini diperkuat dengan adanya teknologi yang memberikan

kemudahan. Masyarakat cenderung menghabiskan waktunya tidak lagi di luar, melainkan cukup dengan bermain media sosial via handphone di rumah. Fakta ini berimbas pada banyak sektor, salah satunya adalah pariwisata. Beberapa pariwisata yang sempat terkenal

mulai terabaikan dan bahkan beberapa sudah ditutup, salah satunya adalah Taman Prestasi Surabaya. Taman ini menjadi tempat favorit sekaligus kebanggaan Kota Surabaya.

Lokasi Taman Prestasi Surabaya berada di Ketabang Kali No.6, Ketabang, Kecamatan Genteng, Kota Surabaya, Jawa Timur. Terdapat beberapa daya tarik yang ditawarkan oleh Taman Prestasi Surabaya, seperti wahana anak-anak dan pemandangan indah sekitar. Keduanya sempat menjadi alasan mengapa banyak warga Surabaya yang berkunjung, terutama ketika liburan.

Tahun 2020 ketika Pandemi Covid-19 melanda, pengunjung taman ini mengalami penurunan yang signifikan. Alasannya jelas yakni kebijakan pemerintah terkait pembatasan dan anjuran untuk melakukan aktivitas dari rumah. Pandemi telah usai, Taman Prestasi justru masih sepi pengunjung. Keramaian dan kepadatan tidak lagi dijumpai seperti sebelum pandemi. Oleh sebab itu, dibutuhkan solusi agar taman ini dapat kembali mendapatkan daya tarik warga Surabaya.

Strategi yang dapat diterapkan adalah melakukan perancangan branding. Tujuannya adalah membentuk persepsi positif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat akan kualitas sekaligus kepercayaan masyarakat terhadap Taman Prestasi Surabaya. Selain itu, memperkenalkan identitas dan ciri khas dari identitas Taman ini.

## METODE PENELITIAN

Metode pada perancangan ini adalah praktik berbasis riset, Jenis penelitian ini adalah kualitatif, yakni metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan tentang orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena ingin mengetahui secara bertahap. Studi ini juga menggunakan pendekatan deskriptif yang diawali dengan identifikasi masalah, pencarian literatur, pengumpulan dan penyusunan data, dan analisis data objek penelitian. Setiap branding tentunya menggunakan metode desain yang berbeda, begitu juga pada perancangan Taman Prestasi Surabaya.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan berbagai tahap. Pertama, studi pustaka yakni mengumpulkan data dari sumber tertulis baik primer maupun sekunder (Darmalaksana, 2020: 25). Kedua, observasi yakni wawancara dan survai guna melakukan pengamatan bukan hanya pada orang, melainkan objek alam lainnya. Pada penelitian ini, maka peneliti mengunjungi lokasi Taman Prestasi Surabaya. Ketiga, wawancara yakni percakapan guna mendapatkan informasi (Tawakkal & Rohman, 2022: 101). Pada penelitian ini wawancara dilakukan kepada dua orang yakni Bapak Syafi'i dan Ibu Listiya. Keempat, Dokumentasi yakni jenis teknik yang digunakan dalam penelitian sosial da berkaitan dengan pengumpulan data (Imam Gunawan, 2002: 175). Peneliti melakukan

pengambilan foto menggunakan handphone sebagai bentuk dokumentasi.

Teori Perancangan yang digunakan peneliti adalah milik Alma Hawkins dengan tiga tahapan. Pertama, eksplorasi yakni tahapan awal dalam membuat sebuah perancangan branding, sebagaimana pengerjaan yang diangkat pada sebuah branding. Explorasi atau bisa juga Exploration merupakan mengumpulkan beberapa hasil dari sumber studi literatur yang dibuat dari pembaruan yang telah dilakukan dan memunculkan ide untuk pembaruan yang sebelumnya tidak ada.

Kedua, Eksperimentasi yakni tahap dari sebuah pembentukan karya merujuk dari pokok suatu permasalahan. Tahapan dari Eksperimentasi dilakukan untuk dapat menentukan pemilihan konsep untuk branding pada suatu wisata sebagai media promosi.

Ketiga, evaluasi merupakan tahapan terakhir dari segala perancangan branding yang menentukan sebuah media pokok dan media pendukung. Pada tahap evaluasi ialah tahapan terakhir dari perancangan dari branding dengan sebagai media promosi. Tahapan ini, perancangan yang telah dikutip ialah tujuan yang akan disampaikan pada perancang yang yaitu sebuah pembuatan ciri khas dari Taman Prestasi Surabaya dalam sebuah logo serta media promosi dalam bentuk GSM, Company profile, xbanner, poster, baju, stampel, topi, Totebag, mug, tiket. Tujuan dari evaluasi pembuatan perancangan ini agar menjadi dikenalnya serta sebagai referensi dari perancang lainnya

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Data Objek Perancangan

Berikut terdapat sebuah foto suasana dari Taman Prestasi Surabaya yang mempunyai wahana wisata perahu mengelilingi sungai kalimas serta terdapat monumen sebuah pesawat tempur tua milik TNI AU dan terdapat sejarah di dalamnya. Pesawat tempur tersebut ialah pesawat model Bomber B-26 intruder yang banyak berjasa di berbagai operasi di Bumi Pertiwi ini. Pesawat Bomber B-26 intruder sudah lama pensiun dan sejak tahun 2006 menjadi sebuah monumen yang berada di Taman Prestasi Surabaya.



**Gambar 1. Taman Prestasi Surabaya**

Taman ini meliputi area seluas 6000 meter persegi. Taman ini juga merupakan salah satu taman paling populer di Surabaya. Taman Prestasi selesai dibangun pada tahun 1992 dan diresmikan pada tahun 1995 oleh Marie Basofi Sudirman, sekaligus istri dari Gubernur Jawa Timur 1993-1998. Nama dari sebuah Taman Prestasi Surabaya ialah dari Taman Prestasi Surabaya dulunya ialah sebuah taman bermain biasa dengan wahana yang sederhana, setelah itu taman tersebut pernah meraih berbagai sebuah penghargaan dari pemerintah dan penghargaan tersebut salah satunya berupa ornamen dari sebuah pesawat tempur Bomber B-26 intruder.



**Gambar 2. Monumen Taman Prestasi Surabaya**

Beberapa fakta menarik mengenai Taman Prestasi Surabaya di antaranya adalah 1) Memasuki wisata Taman Prestasi Surabaya terbuka secara gratis untuk segala pengunjung; 2) Terdapat biaya pada parkir untuk berbagai kendaraan umum yang memasuki wilayah Taman Prestasi Surabaya dengan biaya sebesar Rp.3000; 3) Sign system yang di terapkan kurang menarik, desain yang ada pada sign sistem memiliki ilustrasi gambar tidak cocok. Penempatan sign system juga kurang jelas di pandang; 4) Tidak adanya penjual yang memasarkan souvenir atau merchandise Taman Prestasi Surabaya, sehingga pengunjung atau wisatawan kurang memiliki kesan untuk di kenang; 5) Wilayah pemasaran pada Taman Prestasi Surabaya mencakup seluruh provinsi tanpa membatasi wilayah sebuah wilayah manapun itu. Estimasi sebuah pengunjung yang mendatangi Taman Prestasi Surabaya ialah wilayah Surabaya, Sidoarjo, Mojokerto, Jombang; 6) Karakteristik pada wisatawan tidak memiliki batasan pada setiap karakter itu sendiri. Taman Prestasi tidak membatasi adanya usia karena taman ini bersifat umum. Terdapat sebuah wahana yang bisa dimainkan oleh anak - anak seperti wahana taman bermain, untuk kalangan remaja wahana yang paling sering di kunjungi ialah wisata perahu kalimas, dan untuk keluarga bisa bermain serta berkumpul di tempat yang telah di sediakan; 7) Taman Prestasi Surabaya memiliki ciri khas pada beberapa wahana dan salah satu monumen

yang berada di taman tersebut. Salah satu dari wahananya ialah wisata perahu Kalimas, jika menaiki perahu tersebut akan dilihat pemandangan dari nuansa lampu lampion di sepanjang rute taman prestasi sampai ke taman prestasinya. Terdapat juga beberapa wisata di Surabaya yang menjadi sebuah kompetitor seperti Taman Apsari, Balai Pemuda, Monumen bambu runcing, dan Monumen Kapal Selam.

### **Konsep Kreatif**

Perancangan branding wisata, tahapan yang paling penting untuk mengenalkan suatu wisata yang berada di Taman Prestasi Surabaya adalah menggunakan media utama berupa identitas atau logo. Dalam perancangan logo haruslah menggunakan strategi kreatif yang diawali dari perencanaan konsep kreatif. Perencanaan konsep kreatif diawali dari menentukan identitas visual yang ingin digunakan dalam setiap pembuatan logo.

#### **a. Identitas Visual**

Identitas Visual yang disampaikan dalam perancangan logo Taman Prestasi Surabaya yaitu, mengangkat suatu hal yang membuat Taman Prestasi Surabaya tersebut viral atau lebih dikenal masyarakat yaitu Wisata Perahu Kalimas. Logo dibuat dengan menggunakan bentuk dasar dari segitiga dan bentuk dasar setengah lingkaran yang digabungkan hingga membentuk suatu gambar perahu yang terinspirasi dari speedboat. Penggunaan warna juga merferensi dari hal apa saja yang ada di Taman Prestasi *Surabaya*.

#### **b. Citra Visual yang Ditampilkan**



**Gambar 3. Lokasi Taman Prestasi Surabaya**

Citra visual yang disampaikan dalam perancangan logo Taman Prestasi Surabaya yaitu, visual perahu atau speedboat yang menghadap kedepan seperti memberikan kesan kepopuleran dari wisata perahu sungai kalimas yang berada di Taman Prestasi Surabaya. Visual ikonik tersebut dipilih karena wisata perahu kalimas menjadi sumber daya tarik pada Taman Prestasi Surabaya. Bentuk air sebagai citra visual selanjutnya yang ingin disampaikan pada logo Wisata Perahu Kalimas berbentuk setengah lingkaran yang memiliki makna bahwa perasaan yang saling terikat satu sama lain, seperti hubungan antar kerabat,

keluarga, persahabatan. Berdasarkan dua bentuk visual tersebut sudah menggambarkan tentang Taman dengan suasana kebersamaan yang kental.

### Strategi Kreatif

**Tabel 1. Unsur-Unsur Ikonik**

Bentuk	Referensi	Makna
		Simbol air menggambarkan sungai Kalimas yang menjadi daya tarik dalam Wisata Taman Prestasi Surabaya. Simbol air yang dibentuk setengah lingkaran memiliki makna tentang menjaga hubungan erat kekeluargaan, hubungan erat dengan teman.
		Menggambarkan wahana air yang sangat terkenal pada Taman Prestasi Surabaya, yaitu Wisata Perahu Kalimas.
		Merefrensi dari wahana yang pernah terkenal pada masa dulu yaitu, Jembatan Taman Prestasi Surabaya. Wisata ini dulunya sangat terkenal, tetapi sayangnya wisata ini telah ditutup karena alasan keamanan.

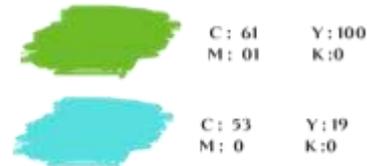
**Tabel 2. Unsur Warna dan Konsep Gaya Desain**

Warna	Makna
	Warna hijau melambangkan tentang alam, tentang pepohonan yang asri. Warna hijau mempunyai filosofi tentang ketenangan emosi dan memberikan kebahagiaan. Hijau terinspirasi dari Taman Prestasi Surabaya yang memiliki banyak pepohonan serta warna hijau merupakan warna ikon Kota Surabaya.
	Warna biru memiliki filosofi tentang ketenangan batin seperti air yang mengalir. Warna biru melambangkan Sungai Kalimas yang mengalir disekitar Taman Prestasi Surabaya dan menjadi Ikon Wisata Perahu Kalimas dan berada di Taman Prestasi Surabaya.
Gaya Desain	
Gaya Desain mengambil konsep dari flat desain dengan karakteristik minimalis, sangat sederhana dengan bermain dua warna dasar. Flat desain menggambarkan ilustrasi yang jelas, menarik perhatian khususnya anak – anak serta mudah diingat.	

#### a. Unsur – unsur ikonik

Unsur ikon yang digunakan berupa ikon perahu yang menjadi wahana viral Wisata Perahu Kalimas yang ada pada Taman Prestasi Surabaya. Unsur ikon selanjutnya adalah ikon air yang dibentuk setengah lingkaran yang mengandung makna kekeluargaan. Ikon garis memiliki makna kebebasan dan kedamaian yang melambangkan suasana Taman Prestasi Surabaya yang dapat bermain sambil belajar, serta kedamaian menikmati suasana tepi sungai. Unsur tambahan selanjutnya adalah bentuk garis yang mengadaptasi dari bentuk jembatan kuno yang berada di area Taman Prestasi Surabaya, dan dulunya menjadi wisata yang populer seperti Wahana Perahu Kalimas. Wisata jembatan Taman Prestasi Surabaya diangkat dalam perancangan logo ini agar masyarakat tetap mengingat salah satu wahana yang sempat viral pada masa dulu.

#### b. Warna dasar



**Gambar 4. Warna Dasar**

Hijau diambil dari referensi Taman karena warna hijau kebanyakan menjadi simbol pepohonan. Warna hijau merujuk pada taman, hijau identik dengan pepohonan. Pada Taman Prestasi terdapat banyak sekali pohon, hal ini menjadi inspirasi dalam pembuatan logo. Warna hijau lebih ditonjolkan dan diletakkan pada ikon perahu, karena memiliki makna bahwa di Taman Prestasi Surabaya terdapat wisata yang sangat terkenal yaitu wisata perahu Kalimas. Hijau merupakan warna yang menyampaikan kesan psikologis yang segar dan alami. Secara umum, warna ini menjadi pilihan untuk menggambarkan kesan alam atau perlindungan lingkungan. Warna biru merujuk pada laut, biru identik dengan sungai yang berada di wisata perahu. Pada taman prestasi terdapat wahana yang sedang terkenal yang yaitu wisata perahu Kalimas, maka dari itu dari icon sebuah logo ialah perahu Kalimas. Filosofi warna biru adalah Selalu ada sesuatu yang menenangkan terkait dengan filosofi warna biru. Karena biru adalah warna langit dan laut, biru berarti ketenangan dan kenyamanan

#### c. Tipe Huruf



**Gambar 5. Tipe Huruf**

Jenis huruf yang digunakan adalah Histograph. Histograph merupakan salah satu jenis font serif. Alasan penggunaan font tersebut karena memiliki tingkat pembacaan lebih mudah dipahami mengingat pengunjung yang datang dari berbagai usia mulai dari anak – anak sampai orang tua. Dikarenakan rata – rata pengunjung Taman Prestasi Surabaya adalah orang tua dan anak-anak. Histograph dari jenis font serif memiliki filosofi kepercayaan, dimana masyarakat luas dapat mempercayai Taman Prestasi Surabaya sebagai wisata taman bermain yang

memberikan edukasi karena terdapat menuen bersejarah.

d. Gaya Visual Grafis

Gaya penampilan grafis logo Taman Prestasi Surabaya yaitu Flat Design. Gaya Flat Design merupakan gaya dalam desain grafis dimana gaya tersebut mengutamakan kesederhanaan serta permainan warna dasar yang terbatas namun solid. Karakteristik gaya Flat Design yaitu, mengutamakan kerapian, penggunaan warna yang cerah, serta gambaran dua dimensi yang nampak timbul. Alasan penggunaan gaya desain Flat Design adalah agar para pembaca khususnya pengunjung dapat dengan mudah mengenali dan juga mengingat logo Taman Prestasi Surabaya tersebut.

**Final Desain dan Aplikasi Logo Pada Branding**



**Gambar 5. Final Desain**

Berikut beberapa contoh pengaplikasian logo pada beberapa benda sebagai bentuk *branding*:

a. GSM (*Graphic Standard Manual*)



**Gambar 6. Mockup GSM**

b. Company Profile



**Gambar 7. Mockup Company Profile**

c. Poster



**Gambar 8. Mockup Poster**

d. Xbanner



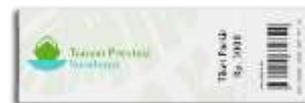
**Gambar 9. Mockup Xbanner**

e. Topi



**Gambar 10. Mockup Topi**

f. Karcis



**Gambar 11. Mockup Karcis**

g. Gelas



**Gambar 12. Mockup Gelas**

h. Totebag



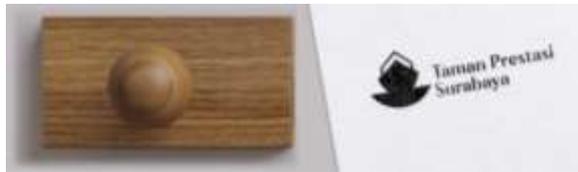
**Gambar 13. Mockup Totebag**

i. Baju



**Gambar 14. Mockup Baju**

j. Stempel



**Gambar 15. Mockup Stempel**

## PENUTUP

Perancangan branding ini sebagai upaya meningkatkan strategi promosi Taman Prestasi Surabaya dengan mendesain sebuah logo yang mengandung filosofi tentang kekeluargaan dan tentang Wisata Perahu Kalimas yang menjadi ikon terkenal dalam Taman Prestasi Surabaya. Perancangan Branding pada Taman Prestasi Surabaya bertujuan untuk mengangkat brand atau citra wisata Taman Prestasi Surabaya itu sendiri agar wisata ini lebih dikenal masyarakat luas terkhusus warga Surabaya. Media pendukung promosi dalam Taman Prestasi Surabaya juga dirancang agar meningkatkan daya tarik masyarakat agar lebih sering mengunjungi tempat wisata ini

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, (2020). Creativity on your slide. CV Jejak.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Creativity\\_on\\_your\\_slide/B3r\\_DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Creativity_on_your_slide/B3r_DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Albi Anggito, (2018). Metodologi penelitian kualitatif. CV Jejak (Jejak Publisher).  
<https://books.google.co.id/books?id=59V8DwAAQBAJ>
- Caroline. (2021). Bangun Branding Memang Pusing: Rahasia Menaikkan Performa Bisnis Agar Dikenal. Elementa Media.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Bangun\\_Branding\\_Memang\\_Pusing\\_Rahasia\\_Me/we93EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Bangun_Branding_Memang_Pusing_Rahasia_Me/we93EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)

- Darmalaksana, (2020). Cara menulis proposal penelitian. Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Darmawanto, E. (2019). Desain Komunikasi Visual II Perancangan Identitas Visual. Unisnu Press  
Desa Wisata Jambu Kabupaten Kediri. Jurnal DKV Adiwarna, 1(14), 10.
- Djaelani, (2013). Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif. Majalah Ilmiah Pawiyatan, 20(1), 82–92.
- El Chidtian, (2021). Perancangan Branding Kabupaten Lamongan Sebagai Strategi Promosi Untuk Khalayak Umum. JADECS (Jurnal of Art, Design, Art Education & Cultural Studies), 5(2), 96–105.
- Fatimah, (2016). Teknik Analisis SWOT. Anak Hebat Indonesia.  
<https://books.google.co.id/books?id=CRL2DwAAQBAJ>
- Gunanto, (2021). Produk Kreatif dan Kewirausahaan SMK/MAK Kelas XI. Program Keahlian Teknik Mesin. Kompetensi Keahlian Teknik Pengecoran Logam. Penerbit Andi.
- Gunawan, (2022). Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik. Bumi Aksara.  
<https://books.google.co.id/books?id=AqSAEAAAQBAJ>
- Halim, (2013). Tip Praktis: Promosi Online untuk Berbagai Event. Elex Media Komputindo.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Tip\\_Praktis\\_Promosi\\_Online\\_untuk\\_Berbagai/wjsrVai4r8AC?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Tip_Praktis_Promosi_Online_untuk_Berbagai/wjsrVai4r8AC?hl=id&gbpv=0)
- Huda, Asrul, (2019). Cara Mudah Belajar Desain Grafis (Corel Draw, Photoshop Dan Sablon Digital). UNP PRESS.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Cara\\_Mudah\\_Belajar\\_Desain\\_Grafis\\_Corel\\_D/mDUQEAQAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Cara_Mudah_Belajar_Desain_Grafis_Corel_D/mDUQEAQAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Jupri, A., Khofifah, B. U., Laili, J., Soleha, E. M., Sunarwidi P, E., Rozi, T., & Husain, P. (2022). Perancangan Branding Desa Melalui Media Visual di Desa Tetebatu Selatan, Kecamatan Sikur, Lombok Timur. Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA, 5(3), 285–289.  
<https://doi.org/10.29303/jpmipi.v5i3.2184>
- Kartajaya, (2004). Positioning, diferensiasi dan brand. Gramedia Pustaka Ulama.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Positioning\\_diferensiasi\\_dan\\_brand/2IG5XW5cbWSc?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Positioning_diferensiasi_dan_brand/2IG5XW5cbWSc?hl=id&gbpv=0)

- Kartika, (2015). Logo: Visual Asset Development. Elex Media Komputindo.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Logo\\_Visual\\_Asset\\_Development/sk1JDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Logo_Visual_Asset_Development/sk1JDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Kristiana, (2022). TIPOGRAFI. Penerbit Lakeisha.  
<https://www.google.co.id/books/edition/TIPOGRAFI/5o6VEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0>
- Michandani, (2019). Perancangan Destination Branding Desa Wisata Kerta di Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar. Jurnal Destinasi Pariwisata, 7(1), 111.  
<https://doi.org/10.24843/jdepar.2019.v07.i01.p17>
- Muhammad Ilham,. (2022). Sistem informasi pemasaran jasa pendidikan. Jejak Pustaka.  
[https://www.google.co.id/books/edition/SISTEM\\_INFORMASI\\_PEMASARAN\\_JASA\\_PENDIDIK/3K2mEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1](https://www.google.co.id/books/edition/SISTEM_INFORMASI_PEMASARAN_JASA_PENDIDIK/3K2mEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1)
- Mukhirah. (2018). Dasar Seni dan Desain. Syiah Kuala University Press.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Dasar\\_Seni\\_dan\\_Desain/9VbRDwAAQBAJ?hl=id&gbpv](https://www.google.co.id/books/edition/Dasar_Seni_dan_Desain/9VbRDwAAQBAJ?hl=id&gbpv)
- Nurmansyah, (2022). Pengertian Brand image, Indikator dan Pentingnya untuk Usaha. Mekari Qontak. <https://qontak.com/blog/brand-image>
- Prabowo, O. A., Kuntjara, A. P., & Sutanto, R. P. (2019). Perancangan Visual Branding