

# Supporting the Creation of New Feeds and Logos on Hany Collection's Instagram Account To Increase the Number of Customers

## Pendampingan Pembuatan Feed dan Logo Baru di Akun Instagram Hany Collection Guna Meningkatkan Jumlah Konsumen

Nabillah Amira Firdausi <sup>1)</sup>, Poppy Febriana <sup>\*,2)</sup>

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

\*Email Penulis Korespondensi : [poppyfebriana@umsida.ac.id](mailto:poppyfebriana@umsida.ac.id)

**Abstract.** *Online marketing is an online marketing process through media such as cellphones, tablets that are connected to various applications. One of the applications used is Instagram, a social media that is a free promotional media with a wide reach. Lack of optimality in utilizing social media. Therefore, assistance is needed in order to utilize Instagram effectively in the online marketing process. The purpose of the activity is to provide information about branding through social media so that products are recognized by consumers and build a good perception in terms of messages and brand impressions on consumers. The method used to realize the target has 3 stages, namely the observation stage, the implementation stage and the evaluation stage. The results show an increase in the use of Instagram as an effective promotional tool, with participants able to create interesting feeds and product photos that match the identity of Hany Collection. After going through various methods of activity, Hany Collection succeeded in branding its Instagram account and building good perceptions for consumers. Thus the Hany Collection home industry can be better every day.*

**Keywords** - Logo, Promotional Media, Home industry, Instagram Feed, Instagram

**Abstrak.** *Pemasaran online merupakan proses pemasaran daring melalui media seperti handphone, tablet yang terhubung dengan berbagai aplikasi. Salah satu aplikasi yang digunakan adalah Instagram, media sosial yang menjadi media promosi gratis dengan jangkauan luas. Kurangnya optimal dalam memanfaatkan media sosial. Karena itu diperlukan pendampingan agar dapat memanfaatkan Instagram secara efektif dalam proses pemasaran online. Tujuan kegiatan untuk memberikan informasi tentang branding melalui media sosial agar produk dikenal oleh konsumen dan membangun persepsi yang baik dari segi pesan dan kesan brand pada konsumen. Metode yang digunakan untuk merealisasikan target ada 3 tahapan yaitu tahap observasi, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi. Hasilnya menunjukkan peningkatan penggunaan Instagram sebagai alat promosi yang efektif, dengan peserta dapat membuat feed menarik dan foto produk yang sesuai dengan identitas Hany Collection. Setelah melalui berbagai metode kegiatan Hany collection berhasil membranding akun instagramnya dan membangun persepsi baik bagi konsumen. Dengan demikian home industry Hany Collection dapat lebih baik setiap harinya.*

**Kata Kunci** - Logo, Media Promosi, Home industry, Feed Instagram, Instagram

## I. PENDAHULUAN

Internet sekarang ini menjadi kebutuhan bagi khalayak dalam berkomunikasi dan mencari informasi. Media sosial memiliki banyak kelebihan dibandingkan dengan media terdahulu karena media sosial dapat digunakan untuk berbagai aktifitas, berbagi pengetahuan, memperluas jejaring dan komunitas serta media sosial juga memiliki penyebaran informasi yang luas (Yang dalam Wilayah et al., 2018). Dengan kemudahan dalam mengakses internet, membuat setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk menyebarkan maupun menerima apa yang didapat<sup>(2)</sup>. Selain itu yang semula orang hanya dapat membeli barang secara langsung ke toko jaman sekarang sudah dapat membeli barang melalui berbagai aplikasi dan platform. Dengan melakukan pemasaran secara daring, calon konsumen dapat memperoleh seluruh informasi terkait produk seperti jenis produk, harga, spesifikasi, dan ulasan dari pembeli lainnya<sup>(3)</sup>. Salah satu platform media sosial yang sangat populer adalah Instagram, atau sering disebut sebagai (IG), sebuah aplikasi yang digunakan untuk mengunggah dan membagikan foto dan video. Instagram memiliki sejumlah fitur yang beragam, termasuk fitur story untuk membuat cerita di akun Instagram, serta fitur postingan untuk membagikan foto dan video. Saat ini, Instagram juga dilengkapi dengan beberapa fitur baru, seperti

reels Instagram yang memungkinkan pengguna membuat video pendek dengan durasi maksimal 15 menit. Selain itu, terdapat fitur Instagram live yang memungkinkan pemilik akun untuk berinteraksi secara langsung dengan pengikut mereka. Dengan beragam fitur canggih yang dimilikinya, Instagram tidak hanya digunakan untuk interaksi sosial, tetapi juga sebagai peluang bisnis. Instagram memudahkan produsen untuk memasarkan dan mempromosikan produk mereka melalui media sosial, memberikan manfaat bagi kedua belah pihak, baik produsen maupun konsumen. Efisiensi Instagram sebagai media promosi memiliki banyak keuntungan diantaranya yaitu kemudahan dalam penggunaan, efektif waktu dan tenaga baik dari sisi penjual maupun pembeli, Instagram juga memiliki jangkauan luas sehingga dapat diakses dimana saja dan kapan saja dan tidak ada deskriminasi usia dan dapat menarik konsumen secara menyeluruh bahkan dapat diakses oleh seluruh dunia (4).

Media sosial merupakan media promosi yang sangat efektif karena dapat menyebarkan informasi dengan cepat dan luas (Ni Wayan Nandaryani, 2021). Mempromosikan produk melalui media sosial Instagram dapat membantu meningkatkan *awareness* pada produk yang dijual namun produsen harus rutin memposting dan mempublikasi produk yang dijual. Karena itu media sosial Instagram sangat berpotensi tinggi sebagai media promosi yang efisien digunakan untuk zaman sekarang. Namun masih banyak pelaku home industry yang masih bingung dengan cara pengaplikasian media sosial untuk mempromosikan produk yang akan dijual. Home Industry merupakan sebuah unit usaha kecil yang bergerak di suatu bidang industri tertentu (5). Salah satunya yaitu *owner* dari *home industry* Hany Collection yang terletak di Banjar Panji RT 06 RW 02 Tanggulangin Sidoarjo yang masih belum memiliki akun Instagram.

Hany collection merupakan sebuah *home industry* fashion yang menyediakan jasa pembuatan pakaian *custom* dengan jumlah yang diinginkan konsumen. Berdiri sejak tahun 2012 namun awalnya hany collection hanya menjual pakaian yang sudah jadi perbiji dan menerima pesanan kue lebaran menjelang hari raya idul fitri sampai pada tahun 2018 hany collection membuka sebuah jasa pembuatan pakaian *custom* yang dapat menerima pesanan sesuai dengan napa yang diinginkan oleh konsumen. Sebelumnya Hany Collection melakukan penjualan secara offline dimana konsumen datang langsung ke tempat produksi dan secara online melalui aplikasi Whatsapp. Namun dengan kedua media tersebut hany collection masih dinilai belum dapat menjangkau konsumen secara menyeluruh.

Berdasarkan uraian di atas pengabdian memiliki tujuan untuk memberikan pengetahuan tentang rebranding di media sosial agar produk lebih dikenal oleh konsumen, yang mana tujuan dari branding itu untuk membangun persepsi yang baik dari segi pesan dan kesan suatu brand dalam pemikiran dan perasaan konsumen. Dengan cara membuat sebuah akun Instagram, membuat feed Instagram, membuat foto produk menjadi lebih menarik dan juga membuat logo baru. Logo adalah suatu karya yang melibatkan unsur desain (bentuk, warna, tekstur, ruang) yang memiliki fungsi sebagai identitas entitas untuk membedakannya dengan yang lainnya (6). Logo merupakan sebuah identitas suatu brand dimana logo merupakan sebuah lambang yang memiliki suatu ciri khas (7). Sebuah identitas suatu brand dimana logo merupakan sebuah lambang yang memiliki suatu ciri khas. Ciri khas tersebut biasanya menggambarkan dan memiliki sebuah makna, makna yang menjelaskan isi dari brand tersebut. Pembuatan logo pun tidak sembarangan, logo harus dapat menjelaskan dengan jelas jasa dan produk yang ditawarkan brand tersebut. Sehingga konsumen dengan sekali lihat dapat mengetahui makna dari logo tersebut. Memiliki arti atau sifat terhadap logo karena adanya interaksi visual terhadap konsumen kepada logo usaha dan juga begitupun sebaliknya (8). Komunikasi keduanya berdampak pada daya tarik bagi konsumen. Karena itulah logo sangat berpengaruh bagi sebuah usaha home industry seperti Hany Collection ini. Kegiatan yang terkait pendampingan pada ini bertujuan agar pelaku *Home industry* dapat mengoptimalkan media sosial sebagai media promosi. Dengan adanya pengabdian ini juga diharapkan Hany Collection dapat lebih baik dalam membuat feed Instagram serta aktif di Instagram sehingga dapat mengait konsumen melalui akun Instagram.

## II. METODE

Program pengabdian pada masyarakat ini dilakukan dengan tujuan yakni memberikan kegiatan kepada home industry Hany Collection yang terletak di desa banjar panji dan memberikan pengetahuan tentang rebranding di media sosial agar produk lebih dikenal oleh konsumen, yang mana tujuan dari branding itu untuk membangun persepsi yang baik dari segi pesan dan kesan suatu brand dalam pemikiran dan perasaan konsumen. Dengan cara membuat sebuah akun Instagram, membuat feed Instagram, membuat foto produk menjadi lebih menarik dan juga membuat logo baru. Kegiatan pendampingan ini dilaksanakan pada tanggal 1- 3 Juli 2023. Metode yang dilakukan kegiatan proses rebranding melalui media social Instagram pada *home industry* Hany collection yang berada di desa Banjar Panji dilakukan secara luring dan diikuti oleh *home industry* Hany Colection dengan jumlah peserta 1 orang terdiri dari pemilik Hany Collection . *Home industry* hany Collection ini dipilih karena kurang dikenal oleh masyarakat padahal sudah lama

memproduksi pakaian namun tidak memiliki akun media sosial khususnya instagram yang dapat digunakan sebagai media promosi produk gratis. Berikut tahapan metode kegiatan :



**Gambar 1.** Proses Pelaksanaan Kegiatan

Terdapat 3 tahap yaitu sebagai berikut :

### 1. Tahap Awal (Observation)

Tahap awal ini dilaksanakan pada 1 Juli 2023. Pada tahap awal atau biasa disebut dengan pra survey dilakukan sebuah observasi melalui wawancara mendalam pada owner dari *home industry* Hany Collection yang bertujuan untuk mendapatkan informasi secara langsung dan dapat mengetahui permasalahan apa yang sedang dihadapi oleh *home industry* hany collection. Pada tahap ini mengumpulkan semua data yang digunakan sebagai objek pegabdian dan permasalahan yang sedang dihadapi merupakan tujuan observasi secara langsung melalui proses wawancara dan sharing secara mendalam dengan owner hany collection.

### 2. Tahap pelaksanaan (Implementation)

Tahap pelaksanaan dilakukan pada tanggal 2 Juli 2023. Setelah mengetahui berbagai permasalahan yang terjadi pada *home industry* Hany Collection dilakukan sebuah pembimbingan. Ada beberapa metode yang dilakukan yaitu sebagai berikut :

- a.) Metode penjelasan merupakan sebuah metode yang digunakan untuk menjelaskan secara rinci cara membranding produk melalui akun instagram dan disampaikan secara langsung .
- b.) Metode pendampingan yaitu dimana peserta di tuntun dan turun langsung untuk mengikuti setiap langkah yang dilakukan oleh pengabdian yaitu :
  - Pembuatan logo *home industry* yang dapat menarik konsumen
  - Pembuatan akun instagram
  - Foto produk yang dapat menarik konsumen
  - Pembuatan feed instagram untuk menarik konsumen
  - Pembuatan caption yang dapat menarik konsumen

### 3. Tahap Akhir (Evaluation)

Tahap ini dilakukan pada tanggal 3 Juli 2023 .Pada tahap ini berisi tentang pencapaian tujuan dari kegiatan pendampingan pada Hany Collection, yang berupa evaluasi proses dan hasil dari kegiatan tersebut. Alat ukur keberhasilan dari kegiatan ini berdasarkan penyelesaian dan realisasi desain logo *home industry* , rebranding media sosial instagram serta desain feed instagram dan juga foto produk. Dengan beberapa langkah yang dilakukan dan hal yang sudah dijelaskan diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk sehingga dapat mencapai kesuksesan dalam berwirausaha.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat ini telah dilaksanakan pada tanggal 1 Juli 2023 sampai dengan 3 Juli 2023 di desa Banjar Panji tanggulangun kabupaten sidoarjo. Kegiatan ini diikuti oleh 1 peserta yaitu owner dari hany collection. Setelah melakukan kegiatan pembinaan . Dapat diuraikan bahwa hasil dari pencapaian yang sudah dilaksanakan pada kegiatan ini diantaranya yaitu :

1. Pada tahap awal, dengan menjalin komunikasi terlebih dahulu dengan beberapa dari sumber yang berpengaruh pada *home industry* yang akan ditujuh, dengan melakukan wawancara kepada owner dari *home industry* Hany Collection yang di laksanakan tanggal 1 Juli 2023 . kegiatan tersebut bertujuan agar program yang dilakukan berjalan sesuai dengan konsep serta tdpat menyelesaikan permasalahan yang terjadi pada home industry tersebut. Setelah mendapatkan informasi tersebut, dilakukanlah sebuah observasi masalah secara langsung dengan cara wawancara mendalam dengan narasumber yaitu owner dari Hany Collection agar dapat mengidentifikasi permasalahan yang sering dihadapi. Terdapat beberapa permasalahan yang dapat disimpulkan yaitu (1) peserta ingin meningkatkan nilai produk (2) peserta ingin membangun citra yang baik dari home industry tersebut (3) peserta masih bingung cara mempromosikan home industry melalui akun media sosial instagram (4) peserta masih bingung cara mengambil foto produk dengan baik dan menarik. Dengan adanya kegiatan kegiatan pada home industry Hany Collection yang dilakukan diharapkan mereka dapat mengembangkan serta memanfaatkan teknologi digital sehingga poduk yang mereka menjadi lebih terkenal dan mudah diingat oleh konsumen, dikenali dan juga dapat bersaing dengan home industry lainnya.
2. Selanjutnya masuk pada tahap dimana pelaksanaan dari kegiatan kegiatan pada home industry Hany Collection. Pada tahap pelaksanaan ini dilaksanakan selama 1 hari di satu tempat. Yang sama. pada tanggal 2 Juli 2023, pengabdi merealisasikan kegiatan ini dikediaman bu Hany selaku pemilik home industry ”Hany Collection” yang diikuti oleh 1 peserta yang merupakan owner. Kegiatan ini menerapkan 2 metode yang dapat membantu proses branding agar berjalan dengan lancar.
  - a.) Metode pertama yang dilakukan yaitu metode penjelasan, pada metode ini berisi tentang penjelasan secara rinci tentang cara untuk membranding home industry Hany Collection. Dengan berbagai cara yaitu (1) pengabdi memberikan penjelasan mengenai konsep dari pemasaran online. pemasaran online merupakan strategi pemasaran yang bersifat modern dan digital karena pemasaran online memanfaatkan kemajuan teknologi. (2) pengabdi memberikan penjelasan tentang cara penguasaan teknologi untuk mempermudah kegiatan perjual belian secara online. Penjelasan mencakup edukasi tentang pemahaman dalam pemanfaatan aplikasi media sosial instagram dalam membantu promosi secara gratis. (3) pengabdi memberikan penjelasan tentang apa itu logo dan makna – makna dari logo sebuah brand.
  - b.) Metode kedua yaitu metode pendampingan, metode yang berisi pelaksanaa serta praktik secara langsung tatap muka yang mana setiap peserta diwajibkan membawa handphone masing – masing.
    - pertama mereka dibimbing cara membuat logo yang memiliki makna sesuai dengan brand yang dimiliki oleh peserta.

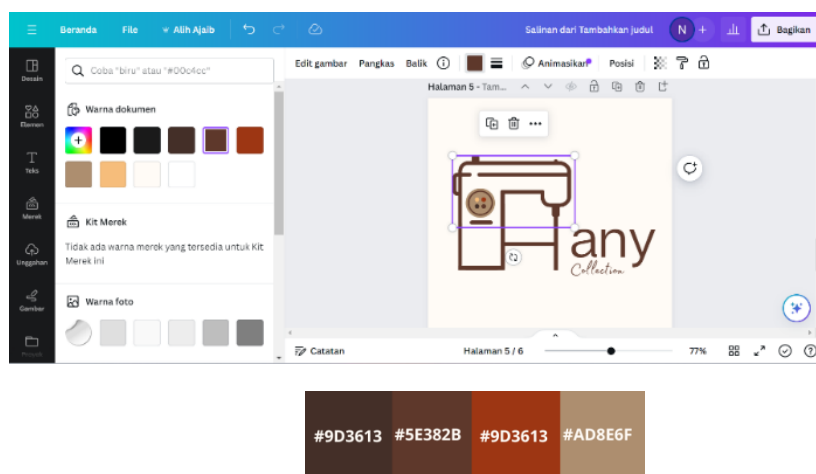
Sebelumnya Hany Collection sudah memiliki logo namun hanya berbentuk tulisan yang berwarna kuning keemasan. Menurut pengabdi logo sebelumnya sudah bagus namun masih belum dapat menjelaskan makna dari *home industry* Hany Collection yang menaungi bidang fashion, karena alasan itulah pengabdi ingin *upgrade* logo sebelumnya dengan logo yang baru.



Gambar 2. Logo Sebelumnya



Gambar 3. Editing Logo



Gambar 4. Hasil logo yang dibuat dan kode HTML kode warna

logo yang baru memiliki makna yaitu dari bentuk huruf H yang memvisualisasikan bentuk mesin jahit, memiliki arti dimana *home industry* ini merupakan sebuah *home industry* yang menggeluti bidang fashion yang familiar dengan mesin jahit. Selain itu mesin jahit didalam huruf H ini mengandung makna bahwa *home industry* ini dapat membantu anda untuk membuat segala desain baju dengan memvisualisasikan menggunakan mesin jahit. Selain itu warna yang dipilih yaitu warna coklat yang menggambarkan sesuatu yang estetis dimana owner ingin memberi kesan estetis pada logo Hany Collection ini. Warna coklat juga dapat menimbulkan kesan mahal, modern dan canggih karena dekat dengan warna emas. Pembuatan logo menggunakan aplikasi canva yang mudah dipahami oleh peserta kegiatan. Aplikasi canva sangat mudah digunakan untuk orang awam untuk kali pertama mengedit logo, karena aplikasi canva mudah dipahami.

- Setelah memberikan kegiatan mengenai pemanfaatan aplikasi media sosial instagram, pada kegiatan ini para peserta dibimbing untuk dapat melakukan penjualan secara online dengan pembuatan akun media sosial instagram, pembuatan akun instagram dilakukan untuk membuat media promosi baru yang gampang untuk digunakan dan juga diakses. Instagram yang sudah dibuat yaitu @hanycollection\_sda. Berikutnya yaitu mengisi bio profil yang jelas dan juga menarik. Setelah itu dilakukan pendampingan cara membuat caption yang dapat menarik konsumen dengan menambahkan hashtag agar produk lebih dikenal, mengunggah produk yang dijual agar memiliki jangkauan yang luas.



Gambar 5. Isi Bio Instagram @hanycollection\_sda



Gambar 6. Caption Instagram @hanycollection\_sda



Gambar 7. Proses pembuatan bio dan caption Instagram @hanycollection\_sda

- Selanjutnya, mereka didampingi dan diajarkan cara memfoto dan mengedit produk dengan benar dan menarik untuk pembuatan catalog berupa feed yang diposting instagram agar dapat menarik perhatian target konsumen. Penulis mendampingi Hany Collection untuk menunjukkan cara memfoto produk agar menarik. Setelah itu masuk dalam tahap pengeditan foto, dimana disini foto akan diedit semenarik mungkin dengan menambahkan berbagai elemen yang senada dengan tema dari hany collection ini. Untuk background foto menggunakan warna cream coklat muda untuk membuat kesan estetis dan agar senada dengan logo Hany Collection.



Gambar 8. Hasil Editing Foto Produk yang Menarik dan HTML Kode Warna



Gambar 9. Proses editing foto produk

- Selanjutnya pembuatan feed instagram lebih agar lebih menarik, pembuatan feed instagram jarang diketahui oleh orang awam, disini pengabdian mendampingi peserta untuk membuat feed instagram dengan menggunakan aplikasi canva.



Gambar 10. Proses pembuatan Feed Instagram



Gambar 11. Hasil Feed Instagram

- Mereka juga didampingi dan diajarkan dari bagaimana cara mengedit feed instagram untuk 3 kotak yaitu dengan lebar 3240 px dan tinggi 1080 px , 6 kotak yaitu dengan lebar 2160 px dan tinggi 3240 px dan juga 9 kotak yang memiliki lebar 3240px dan tinggi 3240px. Selain berisi foto produk feed Instagram dapat dikreasikan seperti memberikan bagaimana tips untuk memilih kain yang berkualitas yang terdapat pada gambar 6 hasil dari feed Instagram honey collection dari penjualan produk mereka secara online melalui media sosial instagram. Hasil dari kegiatan ini yaitu pembuatan akun instagram , membuat feed pada instagram dan juga pembuatan logo. Pengabdian berharap supaya home industry yang ada di Banjar Panji lebih berkembang dan dapat bersaing dengan homeindustry diluar sana.



Gambar.12 Data kunjungan profil pada akun instagram  
@hanycollection\_sda

3. Tahap ini dilakukan pada tanggal 3 Juli 2023. Pada tahap akhir dari keseluruhan Kegiatan ini, pengabdian melakukan sebuah evaluasi terhadap kegiatan yang sudah dilaksanakan sehingga dapat menghasilkan pencapaian yang diinginkan. Hasil yang sudah dicapai dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini menghasilkan nilai positif dimana melalui kegiatan yang dilakukan peserta dapat menggunakan media sosial instagram untuk mempromosikan serta memposting produk yang dijual. Dengan begitu kualitas dari home industry pada desa Banjar Panji dapat meningkat lebih baik dan diharapkan memiliki progres yang baik dari hari ke hari. Berikut merupakan tabel sebelum dan sesudah dilaksanakannya pengabdian masyarakat di desa Banjar panji.

Tabel 1. Perbandingan Sebelum dan Sesudah Dilaksanakannya Kegiatan Abdimas

No	Sebelum	Sesudah
1	Memiliki logo yang kurang modern dan terlalu simple.	Diupgrade dan sudah memiliki logo yang modern dan memiliki makna yang cocok dengan home industry Hany Collection.
2	Belum memiliki akun sosial media Instagram sebagai media promosi produk.	Sudah memiliki akun sosial media Instagram yang digunakan untuk mempromosikan produk.
3	Memiliki followers 0 di akun Instagram ada saat awal pembuatan akun.	Sampai tanggal 3 Juli 2023 sudah 49 Followers di akun Instagram Home Industry Hany Collection.
4	Belum memiliki postingan feed Instagram	Memiliki feed instagram yang berisi foto katalog, dan tips and Trik.

#### IV. SIMPULAN

Sesudah melakukan serangkaian kegiatan selama satu hari pada peserta mitra yakni pada home industry "Hany Collection". Pengabdian telah memberikan edukasi berupa kegiatan kepada mitra Hany collection tentang cara membranding produk melalui platform instagram. Hasil dari kegiatan ini yaitu pembuatan akun instagram, membuat feed pada instagram dan juga pembuatan logo. Selain itu peserta dapat mempraktekkan cara branding dan promosi melalui instagram, dengan membuat feed instagram agar lebih menarik, membuat foto produk menjadi lebih menarik, membuat caption yang dapat menarik konsumen. Setelah pembuatan instagram dan roses branding berjalan akun instagram hanycollection\_sda memiliki 49 pengikut dan memiliki jumlah kunjungan profil 4 akun dalam 30 hari. Dengan adanya kegiatan ini diharapkan kepada masyarakat yang merupakan produsen mampu meningkatkan hasil dari penjualan produk mereka secara online melalui media sosial instagram.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Allah SWT atas segala kelancaran kegiatan yang diselenggarakan serta semua pihak yang sudah terlibat dengan proses pengabdian masyarakat ini. Terutama kepada seluruh dosen pembimbing berkat beliau semua saya dapat menyelesaikan pengabdian masyarakat ini dengan baik. Terima kasih atas waktu dan kontribusinya pada kegiatan pengabdian masyarakat ini.



## REFERENSI

- [1] Wilayah KX, Khairani Z, Soviyant E, Fakultas Ekonomi A, Lancang Kuning U. 247) EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI INSTAGRAM PADA UMKM SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN DI KOTA PEKANBARU. *Jurnal Benefita*. 2018;3(2):239.
- [2] Febriana P. Buku Ajar Cyber Public Relations. 2021. 60–60 p.
- [3] Nur Kayatun S, Ghani M, Rian Histiari A, Hahury S. PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK MELALUI DIGITAL MARKETING DI KELURAHAN MALANU DISTRIK SORONG UTARA.
- [4] Mukti RPK, Rochmaniah A. Instagram Analysis @Cashaofficial As Bean Bag Promotion Media. *Indonesian Journal of Innovation Studies*. 2022 Nov 28;21.
- [5] Mursalina R, Abidin R, Dewi J, Ningtyas A, Ekonomi F, Islam B, et al. Pengaruh Adanya Home Industri Konveksi dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam.
- [6] Kusuma Dawami A, Studi Desain Komunikasi Visual P. Logo sebagai Komunikasi Visual dari Identitas Organisasi Difabel Tuli. Vol. 1. 2017.
- [7] Januariyansah S. ANALISIS DESAIN LOGO BERDASARKAN TEORI: EFEKTIF DAN EFISIEN. Available from: <https://www.researchgate.net/publication/328662854>
- [8] Aurumajeda T, Nurhidayat M. ANALISIS KONSEP LOGO PROPELOR BAWANG SEBAGAI PENINGKATAN DAYA TARIK PEMBELI DI KABUPATEN KUNINGAN. Rupa, Eksperimental dan Inovatif. 2021;03.