

PELATIHAN DESAIN *BRANDING* UNTUK MEMBENTUK IDENTITAS VISUAL BAGI SISWA SEKOLAH JANJI BAIK

*Training in Branding Design to Shape Visual Identity for Janji
Baik School Students*

I Gusti Ayu Agung Aristi Putri

Universitas Media Nusantara Citra, Jakarta, Indonesia
e-mail: aristi.putri@mncu.ac.id

Arief Yulianto

Universitas Media Nusantara Citra, Jakarta, Indonesia
e-mail: arief.yulianto@mncu.ac.id

Ananda Fiky Dibanu Khaer

Universitas Media Nusantara Citra, Jakarta, Indonesia
e-mail: ananda.fiky@mncu.ac.id

Abstract

Janji Baik School is a free digital-based school in South Tangerang, that provides education for economically disadvantaged children. One issue faced by students is the lack of hard and soft skills. To address this, the Visual Communication Design Program of Media Nusantara Citra University organized a branding design training program for Janji Baik School students to enhance their knowledge and skills. This community service activity used a qualitative approach with participatory methods. Implementation stages included preparing training materials, presenting branding design concepts, practical use of the Canva application, and creating group-based branding design projects. Evaluation was done through assessment of student work, monitoring of implementation, and documentation of results. The training results showed improved student understanding and skills in branding design. Students were able to create creative visual identities in line with design principles. The participatory approach and direct guidance from facilitators increased interaction and active student involvement. With these design skills, students can create strong visual identities and enhance their competitiveness in the business world.

Keywords— *Training, Branding Design, Visual Identity, Janji Baik School*

1. PENDAHULUAN

Sekolah Janji Baik merupakan sekolah gratis berbasis digital bagi anak-anak yang memiliki keterbatasan ekonomi, sehingga dapat melanjutkan pendidikannya melalui program pendidikan kesetaraan paket A, B dan C yang terletak di Nusa Loka, BSD, Kota Tangerang Selatan. Sekolah ini diperuntukkan bagi anak putus sekolah yang memiliki latar belakang dari keluarga pemulung,

pengamen, anak kolong jembatan, warga rusunawa, dan lainnya. Sekolah Gratis Janji Baik mulai didirikan pada pertengahan tahun 2022 tepatnya pada bulan April 2022 di Tangerang Selatan, Banten. Sekolah Janji Baik memiliki 320 orang relawan dan 60 siswa yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia, mulai dari Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, Lampung, Kalimantan, bahkan hingga Sulawesi (Bisa, 2023).

Diskusi yang telah dilakukan antara pihak Sekolah Janji Baik dengan pihak MNC University ditemukan permasalahan yaitu hampir semua siswa Sekolah Janji Baik tidak memiliki kemampuan merancang desain *branding* dan belum memahami terkait pentingnya identitas visual. Problematika ini terjadi dikarenakan kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam proses perancangan desain *branding*, serta keterbatasan perangkat yang mendukung proses belajar-mengajar siswa Sekolah Janji Baik dalam melakukan praktik desain *branding*. Sehingga untuk kesiapan siswa dalam melewati tantangan kerja di masa depan khususnya persaingan ekonomi digital belum dapat bersaing secara maksimal.

Desain *branding* merupakan bentuk komunikasi dengan media visual yang mengaplikasikan elemen visual dengan tujuan menyampaikan pesan dan informasi untuk membentuk identitas suatu merek (Handayani dkk., 2020). Pentingnya pemahaman tentang desain *branding* terletak pada kemampuan masyarakat dalam menilai sebuah acara, produk atau media promosi lainnya melalui elemen-elemen visual yang diaplikasikan pada media visual tersebut, seperti *e-flyer*, brosur, poster maupun media visual lainnya (Ray & Ariffudin Islam, 2022). Desain *branding* berkaitan dengan seberapa jauh perusahaan atau organisasi dapat mengenalkan identitas berdasarkan keunikan, jasa, manfaat serta sasaran (DARA & TANUDJAJA, 2015). Perkembangan desain *branding* tidak hanya terbatas pada dunia periklanan, melainkan telah merambah pada dunia bisnis dan kehidupan sehari-hari, baik secara pribadi maupun profesional.

Keberagaman media visual yang digunakan sebagai promosi, tercipta persaingan citra merek dan identitas visual yang bertujuan untuk menarik perhatian dan menjadi pembeda diantara banyaknya media visual yang tersedia (Prawita dkk., 2017). Media visual juga diartikan sebagai suatu perantara untuk menyampaikan pesan komunikasi kepada konsumen (Bryan dkk., 2017). Pentingnya identitas visual tidak hanya terbatas pada perusahaan besar, namun juga menjadi kunci keberhasilan bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam membangun kepercayaan dan menarik minat konsumen (Sari dkk., 2023). Di era digital saat ini, desain *branding* memperhitungkan pengalaman konsumen atau pelanggan secara keseluruhan, mulai dari situs web hingga media sosial yang berdampak pada persepsi merek dari suatu identitas visual (Santoso, 2013). Hal ini menjadi landasan untuk melakukan pelatihan desain *branding* bagi generasi muda untuk memberi pemahaman tentang merek di ranah digital sebagai langkah strategis dalam menghadapi tantangan ekonomi digital.

Pada konteks pelatihan desain *branding* bagi siswa Sekolah Janji Baik bertujuan untuk memberi kesempatan yang sama untuk mengembangkan keterampilan dalam desain *branding* serta memahami pentingnya identitas visual dalam ekonomi digital. Pentingnya *branding* untuk dipahami karena *branding* merupakan poin penting agar suatu produk atau jasa dapat diingat oleh masyarakat dalam jangka panjang (Oktaviani dkk., 2018). Selain itu, pendidikan yang berorientasi pada keterampilan memberikan harapan bagi anak-anak dari latar belakang ekonomi kurang mampu dengan memperoleh pemahaman dan keterampilan dalam desain *branding* yang membuka peluang untuk dapat terlibat

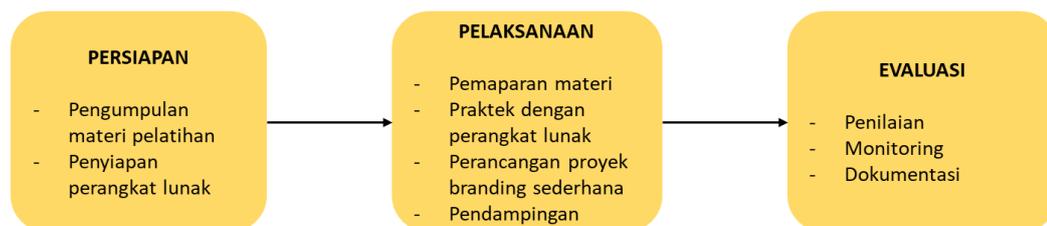
dalam ekonomi digital secara berkelanjutan. Selain itu, pelatihan desain *branding* dapat memberi sarana untuk mendorong inovasi dan kreativitas di kalangan generasi muda dan merupakan asset berharga dalam bisnis (Putri dkk., 2023). Pemahaman tentang konsep desain dalam *branding* dapat mengembangkan ide-ide dan solusi kreatif untuk mengatasi tantangan bisnis dan sosial yang kompleks.

Berdasarkan latar belakang di atas, kegiatan Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini merupakan salah satu wujud dukungan Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Media Nusantara Citra untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan bagi siswa tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) terkait desain *branding* untuk membentuk identitas visual dari suatu bisnis. Peningkatan pengetahuan dan kemampuan terkait desain *branding* diharapkan siswa dapat berinovasi dalam menciptakan suatu bisnis serta *membranding* dengan sedemikian rupa dengan memiliki identitas visual yang khas. Sehingga ide-ide kreatif yang diciptakan dapat berkontribusi menggerakkan ekonomi digital serta menciptakan sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bekerjasama dengan Sekolah Janji Baik menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode partisipatif, di mana dosen dan mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Media Nusantara Citra berperan sebagai fasilitator dalam pelatihan desain *branding*. Metode ini melibatkan pengumpulan data melalui observasi ke Sekolah Janji Baik, wawancara dengan relawan Sekolah Janji Baik dan analisis dokumen terkait latar belakang dari Sekolah Janji Baik.

Subjek penelitian adalah 60 siswa Sekolah Janji Baik yang tersebar di *berbagai* daerah Indonesia. Siswa tersebut memiliki latar belakang ekonomi yang kurang mampu serta kurang memiliki akses di bidang pendidikan. Secara singkat metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dijabarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Tahap pelaksanaan kegiatan
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2024)

Berdasarkan diagram di atas, berikut ini merupakan penjelasan dari masing-masing kegiatan:

1. Persiapan

Langkah-langkah yang dilakukan pada tahap persiapan sebagai berikut:

1) Pengumpulan materi pelatihan

Tahap awal yang dilakukan yaitu mengidentifikasi kebutuhan materi pelatihan berdasarkan riset yang dilakukan oleh tim dosen dan mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Media Nusantara Citra. Langkah selanjutnya merancang materi yang mencakup pengenalan desain *branding*,

elemen dasar desain *branding* dan penggunaan perangkat lunak dalam desain *branding*. Selain itu, menyiapkan contoh-contoh desain yang relevan dan inspiratif untuk ditunjukkan kepada siswa sebagai gambaran dalam perancangan desain *branding*.

2) Persiapan perangkat lunak

Tahap kedua yang dilakukan adalah menginstal dan mengonfigurasi perangkat lunak. Di mana pada kegiatan ini aplikasi yang digunakan adalah *Canva*. Kemudian membuat panduan penggunaan perangkat lunak yang mudah dipahami oleh siswa. Langkah terakhir yaitu memastikan siswa memiliki akses ke perangkat yang memadai, baik melalui fasilitas sekolah maupun pinjaman perangkat.

2. Pelaksanaan

Langkah-langkah yang dilakukan pada tahap pelaksanaan sebagai berikut:

1) Pemaparan materi

Tahap pertama memperkenalkan siswa pada elemen desain komunikasi visual seperti warna, tipografi, dan lainnya. Selanjutnya memaparkan tentang pemahaman konsep *branding*, identitas merek dan pentingnya desain *branding*.

2) Praktik

Tahap kedua yaitu praktik dasar penggunaan perangkat lunak. Praktik ini dilakukan dengan membuat desain sederhana dengan perangkat lunak.

3) Perancangan proyek

Tahap ketiga yaitu merancang proyek desain *branding* yang sederhana dengan membentuk kelompok kecil untuk saling berkolaborasi. Kemudian dilakukan juga perancangan proyek sederhana dengan membuat desain *branding* untuk suatu bisnis.

4) Pendampingan

Fasilitator memberikan sesi konsultasi untuk membantu siswa yang mengalami kesulitan. Pendampingan ini dilakukan secara langsung untuk memperbaiki dan menyempurnakan karya desain *branding* siswa.

3. Evaluasi

Langkah-langkah yang dilakukan pada tahap evaluasi adalah sebagai berikut:

1) Penilaian

Karya desain *branding* yang dihasilkan oleh siswa dinilai oleh tim dosen dari Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Media Nusantara Citra. Penilaian ini didasarkan pada kreativitas, kesesuaian dengan prinsip desain, dan kemampuan teknik dari siswa.

2) Monitoring

Monitoring dilakukan oleh tim dosen dan mahasiswa dengan beberapa siswa untuk mendapatkan umpan balik tentang pengalaman siswa selama pelatihan. Selain itu monitoring ini untuk mengetahui kesulitan yang dihadapi dan dampak pelatihan terhadap kemampuan siswa.

3) Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan semua hasil karya desain siswa sebagai dokumentasi dan bukti hasil pelatihan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang dilakukan oleh Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Media Nusantara Citra

menyoroti upaya dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa Sekolah Janji Baik terkait desain *branding*. Mengidentifikasi kebutuhan dalam meningkatkan literasi desain *branding*, PKM ini bertujuan untuk membekali siswa dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan agar dapat berpartisipasi dalam ekonomi digital yang terus berkembang.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada hari Senin, 26 Februari 2024 di Sekolah Janji Baik yang beralamat di Jl. Kalimantan X No.01, Rw. Mekar Jaya, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten. Kegiatan ini dihadiri oleh 9 orang tim dari Universitas Media Nusantara Citra, 25 relawan dan 15 siswa dari Sekolah Janji Baik. Di mana kegiatan PKM ini diisi dengan pemaparan materi oleh 2 orang dosen dan 1 orang mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Media Nusantara Citra.



Gambar 2. Kegiatan PKM di Sekolah Janji Baik
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2024)

Langkah awal PKM diawali dengan melakukan tahapan persiapan. Di mana, dilakukan diskusi antara pihak Sekolah Janji Baik dengan Universitas Media Nusantara Citra yang membahas kebutuhan pelatihan bagi Sekolah Janji Baik, serta waktu untuk melaksanakan kegiatan PKM. Setelah itu dilakukan pengumpulan materi pelatihan yang komprehensif. Tim riset yang beranggotakan dosen dan mahasiswa dari Universitas Media Nusantara Citra melakukan survei mendalam untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi siswa dalam memahami konsep desain *branding*. Materi pelatihan yang disusun mencakup pengenalan konsep dasar desain, prinsip-prinsip desain *branding*, serta aplikasi yang digunakan dalam *branding*.

Tahap selanjutnya adalah persiapan aplikasi yang digunakan dalam desain *branding*. Aplikasi yang digunakan dalam kegiatan PKM ini adalah aplikasi *Canva*. Selain itu tahap persiapan ini memastikan kelancaran aplikasi yang digunakan dalam pelatihan desain *branding*. Tim memilih dan menginstal aplikasi *Canva* yang akan digunakan, serta memberikan panduan penggunaan yang lengkap bagi siswa. Hal ini dimaksudkan untuk memastikan bahwa siswa dapat memanfaatkan aplikasi *Canva* secara optimal dalam praktik desain *branding*.

Setelah tahap persiapan, tahap selanjutnya adalah pelaksanaan. Tahap ini dilakukan dengan mendatangi Sekolah Janji Baik sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan dan melakukan kegiatan PKM sesuai dengan kesepakatan sebelumnya. Kegiatan pertama yang dilakukan adalah pemaparan materi oleh

tim dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Media Nusantara Citra. Tahap ini dipaparkan tentang pentingnya membangun *branding* sejak dini untuk membentuk identitas visual bagi individu, organisasi maupun kelompok. Tahap ini juga dijelaskan beberapa contoh-contoh *branding* pada perusahaan-perusahaan ternama, dengan tujuan memberikan referensi bagi siswa dalam merancang sebuah *branding*.



Gambar 3. Pemaparan Materi Desain *Branding*
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2024)

Tahap selanjutnya adalah praktik dan perancangan desain *branding* secara berkelompok. Praktik langsung dalam pembelajaran ditekankan dalam kegiatan PKM ini dengan tujuan membantu siswa mengembangkan keterampilan praktis yang diperlukan dalam desain *branding*. Siswa diberikan kesempatan untuk berlatih langsung menggunakan aplikasi Canva dalam merancang desain *branding*, serta mengaplikasikan konsep-konsep yang telah dipelajari dalam merancang desain *branding* sederhana. Pada sesi ini, siswa diminta untuk merancang desain *branding* untuk sebuah produk atau layanan fiktif secara berkelompok. Di mana dalam satu kelompok terdiri dari 5 orang siswa. Kolaborasi antar siswa dalam kelompok membantu menggali ide-ide kreatif dan memperluas pemahaman siswa tentang desain *branding*. Selain itu, tim dari Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Media Nusantara Citra melakukan pendampingan bagi siswa dalam kegiatan PKM ini. Pendampingan dilakukan sebagai fasilitator bimbingan individu maupun kelompok kepada siswa dalam mengatasi kesulitan atau tantangan yang dihadapi dalam merancang desain *branding*. Pendampingan ini memastikan bahwa setiap siswa dapat mengembangkan potensi secara optimal dalam proses pembelajaran.



Gambar 4. Pendampingan Desain *Branding*
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2024)

Setelah sesi perancangan desain, tahap selanjutnya dilakukan presentasi karya siswa secara berkelompok. Siswa diarahkan untuk dapat menjelaskan secara singkat latar belakang dan konsep dari desain *branding* yang dirancang. Kegiatan ini diharapkan siswa dapat meningkatkan *skill* komunikasi dan *design thinking*. Sehingga diharapkan dapat mengasah *hard skill* dan *soft skill* para siswa Sekolah Janji Baik sejak dini. Sesi ini juga dilakukan monitoring ketercapaian materi yang disampaikan dalam kegiatan PKM. Tahap monitoring dilakukan terhadap capaian kegiatan PKM terhadap keberhasilan siswa Sekolah Janji Baik dalam proses pemahaman materi desain *branding* yang disampaikan oleh tim dari Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Media Nusantara Citra. Selain itu tahap monitoring juga dilakukan dengan mengamati partisipasi aktif siswa selama sesi diskusi dan presentasi karya.

Selain tahap monitoring, tim dari Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Media Nusantara Citra dinilai dari keberhasilan siswa dalam mengimplementasikan materi desain *branding* dengan hasil karya yang diciptakan. Evaluasi lainnya juga dilakukan dengan menilai kreativitas siswa, kesesuaian dengan prinsip-prinsip desain, serta kemampuan teknis dalam menggunakan aplikasi. Observasi langsung terhadap proses belajar mengajar dan dampaknya terhadap motivasi serta keterlibatan siswa dalam kegiatan juga menjadi bagian dari evaluasi dalam kegiatan PKM ini.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini tidak hanya memberikan manfaat yang langsung terlihat dalam peningkatan dan keterampilan siswa, tetapi juga memiliki dampak jangka panjang dalam membuka peluang bagi siswa di masa depan. Adanya kegiatan ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan dan kepercayaan diri kepada siswa, sehingga siswa dapat terlibat secara aktif dalam sektor ekonomi digital ke depannya serta, mengembangkan bisnis yang sukses dan memberikan kontribusi yang positif bagi masyarakat sekitar. Keterampilan desain *branding* yang diperoleh akan membantu siswa dalam menciptakan

identitas visual yang kuat untuk suatu produk atau layanan, meningkatkan daya saing dan peluang dalam dunia usaha ke depan.

4. KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang dilakukan oleh Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Media Nusantara Citra di Sekolah Janji Baik telah berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa dalam bidang desain *branding*. Pelatihan ini memungkinkan siswa untuk memahami dan mengimplementasikan konsep desain *branding* menggunakan aplikasi *Canva*. Hasil karya yang dihasilkan menunjukkan kreativitas dan pemahaman yang baik terhadap prinsip-prinsip desain.

Kelebihan dari program ini meliputi pendekatan partisipatif yang mendorong interaksi aktif antara fasilitator dan siswa, serta pendampingan langsung yang mempermudah siswa dalam memahami dan mempraktikkan desain *branding*. Sesi presentasi kelompok membantu siswa meningkatkan skill komunikasi dan *design thinking*, serta mengasah keterampilan teknis dan kreativitas. Namun, kegiatan ini juga memiliki kekurangan dengan terbatasnya perangkat dan akses internet yang menjadi kendala bagi beberapa siswa. Selain itu waktu pelatihan yang relatif singkat yang menyebabkan belum cukup untuk mendalami semua aspek desain *branding*.

Program PKM berhasil mencapai tujuan dengan memberikan pengetahuan dasar dan keterampilan desain *branding* kepada siswa Sekolah Janji Baik, sehingga membantu siswa memahami pentingnya identitas visual dalam ekonomi digital. Evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan desain siswa, dengan mayoritas siswa mampu menghasilkan karya desain *branding* yang sesuai dengan prinsip-prinsip desain. Proses peningkatan keterampilan ini tercermin dalam keberhasilan siswa mengikuti tahapan pelatihan dan menciptakan desain yang kreatif dan relevan, menunjukkan peningkatan *soft skill* dan *hard skill* secara keseluruhan. Kegiatan PKM ini tidak hanya memberikan manfaat langsung dalam membuka peluang bagi siswa, namun juga dapat terlibat secara aktif dalam sektor ekonomi digital dan mengembangkan bisnis ke depan.

5. SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat dilakukan perluasan akses dan penyediaan sumber daya seperti perangkat dan akses internet yang memadai agar semua siswa dapat berpartisipasi tanpa kendala teknis. Selain itu memperpanjang durasi pelatihan akan memberikan lebih banyak waktu bagi siswa untuk mendalami materi dan praktik desain *branding* secara lebih mendalam.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada Universitas Media Nusantara Citra yang telah mendukung kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa dari Program Studi Desain Komunikasi Visual. Serta ucapan terima kasih kepada Sekolah Janji Baik yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat bersama relawan dan para siswa dari Sekolah Janji Baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Bisa, K. (2023, November 1). *Sekolah Janji Baik*. <https://kitabisa.com/campaign/berbuatbaikuntuksiswabaikindonesia/story>.
- Bryan, C., Sudika, I. N., & Aryanto, H. (2017). Perancangan Branding Perusahaan 7coffeeaday. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Adiwarna*, 1.
- DARA, O. G. I. D., & TANUDJAJA, B. B. (2015). Perancangan Visual Branding Produk Eastwood Ltd Di Surabaya. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Adiwarna*, 1(6).
- Handayani, J., Deriawan, D., & Hendratni, T. W. (2020). Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya pada Kepuasan Konsumen. *Journal of Business and Banking*, 10(1), 91. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i1.2261>
- Oktaviani, F., Sariwati, Y., Rahmawati, D., Gusfiani, A., & Ramdani, D. (2018). Penguatan Produk UMKM "Calief" melalui Strategi Branding Komunikasi. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 1(2). <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v1i2.3722>
- Prawita, R., Swasty, W., & Aditia, P. (2017). MEMBANGUN IDENTITAS VISUAL UNTUK MEDIA PROMOSI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH BUILDING VISUAL IDENTITY FOR MICRO SMALL AND MEDIUM MEDIA PROMOTIONS BUSINESS. *Jurnal Sositoteknologi*, 16, 27–42.
- Putri, I. G. A. A. A., Novandri Rahmat, F. N., Fitrianto, A., & Nugroho, D. S. (2023). Perancangan Brand Guideline Sebagai Strategi Promosi Produk Libong Coffee. *Jurnal Abdimas PHB*, 6.
- Ray, I., & Ariffudin Islam, M. (2022). PERANCANGAN BRAND IDENTITY DAN MEDIA SOSIAL TRIVERSA SEBAGAI SARANA UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS. *Jurnal Barik*, 3(3), 221–235. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Santoso, D. (2013). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Brand Loyalty, Terhadap Parent Brand "Top Coffee" Di Surabaya Dengan Brand Extension Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Widya Mandala*, 2(4). <https://doi.org/10.33508/jumma.v2i4.411>
- Sari, W. P., Sholihah, Z., & Masali, F. (2023). DIGITAL BRANDING UMKM MELALUI KOMUNIKASI VISUAL. *Jurnal Abdi*, 8(2), 129–134.

