

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL WISATA PUTHUK PANGGANG WELUT KABUPATEN MOJOKERTO

Rama Bagaskara¹, Muh Ariffudin Islam²

¹Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
rama.19001@mhs.unesa.ac.id

²Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
muhariffudin@unesa.ac.id

Abstrak

Wisata Puthuk Panggang Welut merupakan kawasan hutan yang juga menyuguhkan perpaduan konsep wisata alam dari hutan pinus, air terjun, dan juga lahan yang luas untuk camping. Perancangan ini bertujuan untuk menghasilkan identitas visual untuk wisata Puthuk Panggang Welut seperti logo, kartu nama, kop surat, stiker, x banner guna menjaga konsistensi visual dan meningkatkan image dan awareness dari masyarakat dan wisatawan. Penelitian ini menggunakan metode perancangan design thinking. Data diperoleh dari observasi, wawancara, kemudian melakukan analisis, dilanjutkan dengan menganalisa SWOT (*Strenghts*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Threats*) yaitu Keunggulan (*Strenghts*), Kelemahan (*Weaknesses*), Kemajuan Peluang (*Opportunities*), Ancaman (*Threats*) dan, menganalisa USP (*Unique Selling Proposition*). Hasil perancangan identitas visual ini adalah logo wisata Puthuk Panggang Welut yang dijadikan terapan di identitas visual seperti, *stationery design*, *merchandise*, *car design*, *sign system*, *company profile* dan *Graphic Standard Manual* sebagai buku panduan yang berisi aturan serta penggunaan identitas visual wisata Puthuk Panggang Welut. Dengan adanya perancangan ini, diharapkan dapat membantu pihak pengelola wisata Puthuk Panggang Welut untuk membuat identitas visual baru yang kuat serta media informasinya, untuk meningkatkan jumlah pengunjung yang datang.

Kata Kunci: Wisata Puthuk Panggang Welut, Identitas Visual, Logo, Design Thinking

Abstract

Puthuk Panggang Welut Tourism is a forest area that also presents a combination of natural tourism concepts from pine forests, waterfalls, and also large land for camping. This design aims to produce a visual identity for Puthuk Panggang Welut tourism such as logos, business cards, letterheads, stickers, and x banners to maintain visual consistency and increase image and awareness among the public and tourists. This study uses the design thinking design method. Data were obtained from observation, interviews, then analysis, followed by analyzing SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats), namely Strengths, Weaknesses, Progress Opportunities, Threats, and, analyzing USP (Unique Selling Proposition). The result of this visual identity is the Puthuk Panggang Welut tourism logo which is used as an application in visual identities such as stationery design, merchandise, car design, sign systems, company profiles, and the Graphic Standard Manual as a guidebook containing rules and the use of the Puthuk Panggang Welut tourism visual identity. With this design, it is hoped that it can help the manager of the Puthuk Panggang Welut tour to create a new strong visual identity and its information media, to increase the number of visitors who come.

Keywords: *Puthuk Panggang Welut Tourism, Visual Identity, Logo, Design Thinking*

PENDAHULUAN

Pacet adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Mojokerto, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Wilayah Pacet berada di kaki lereng

Gunung Welirang dan Gunung Penanggungan dengan ketinggian rata-rata 600 meter di atas permukaan laut. Hal tersebut menempatkan Pacet

sebagai salah satu daerah wisata yang diperhitungkan di Jawa Timur.

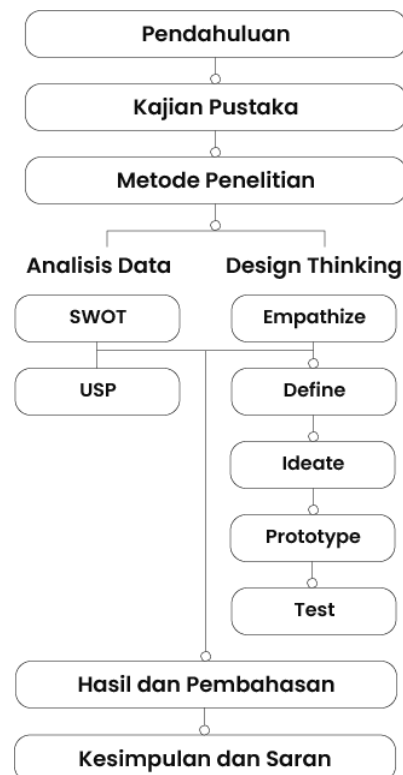
Wisata Puthuk Panggang Welut merupakan kawasan hutan yang juga menyuguhkan perpaduan konsep wisata alam dari hutan pinus, air terjun, dan juga lahan yang luas untuk camping. Selain itu Wisata Puthuk Panggang Welut juga memiliki kawasan yang cukup luas dan memiliki asset asset bagi para wisatawan untuk mendapatkan spot-spot foto yang unik dan menarik. Wisata Puthuk Panggang Welut juga menyediakan tempat makan dan tempat beribadah untuk para wisatawan. Secara keseluruhan Wisata Puthuk Panggang Welut termasuk Kawasan wisata yang menarik namun kurang dalam memiliki identitas visual yang bertujuan untuk menunjang identitas dari wisata Puthuk Panggang Welut. Berdasarkan data hasil dari wawancara kepada Bapak Iswanto selaku pengelola Wisata Puthuk Panggang Welut bahwa wisata ini diresmikan sejak bulan November 2017 termasuk wisata yang baru dan membutuhkan identitas visual yang lebih kuat secara konsistensi, sehingga menonjolkan potensi yang dimiliki dari wisata Puthuk Panggang Welut (Iswanto, komunikasi pribadi, 28 Februari 2023). Hal ini juga relevan dengan pernyataan bahwa seiring perkembangan teknologi informasi, daya dukung pariwisata terus ditingkatkan dan dikembangkan, salah satunya media publikasi (Islam, 2018).

Untuk saat ini wisata Puthuk Panggang Welut hanya memiliki identitas visual berupa logo, namun secara visual belum mengkomunikasikan dengan baik untuk menonjolkan potensi atau kelebihan dari wisata Puthuk Panggang Welut itu sendiri. Berdasarkan hasil wawancara yang didapat dari salah satu pengelola Wisata Puthuk Panggang Welut yaitu pak Iswanto dapat disimpulkan bahwa Wisata Puthuk Panggang welut ini membutuhkan perancangan identitas visual yang lebih konsisten. Oleh karena itu, perancangan identitas visual sangat penting perannya untuk menjaga konsistensi dari identitas yang sudah dibangun secara visual maupun terapan di berbagai media komunikasi visual. Karena dengan menjaga konsistensi dari identitas visual yang dimiliki dapat mengkonsistensikan image dan awareness dari masyarakat dan wisatawan.

Dalam penelitian perancangan ini telah dirumuskan permasalahan seperti bagaimana merancang konsep dalam perancangan identitas visual untuk wisata Puthuk Panggang Welut? Bagaimana proses atau tahapan yang dilalui untuk melakukan perancangan identitas visual wisata Puthuk Panggang Welut? Bagaimana menerapkan hasil perancangan identitas visual wisata Puthuk Panggang Welut?

Tujuan dari perancangan ini adalah dapat menemukan konsep dalam perancangan identitas visual wisata Puthuk Panggang Welut, menyusun proses tahapan untuk melakukan perancangan identitas visual wisata Puthuk Panggang Welut, serta dapat menghasilkan identitas visual wisata Puthuk Panggang Welut sesuai dengan konsep dan proses yang telah dilakukan.

Berikut merupakan kerangka konsep yang akan dilakukan pada penelitian perancangan identitas visual wisata Puthuk Panggang Welut, Mojokerto :



Gambar 1. Kerangka konsep perancangan

METODE PENELITIAN (PENCIPTAAN/PERANCANGAN)

Pada metode penelitian yang akan digunakan merupakan metodologi penelitian kualitatif pemanfaatan teori, konsep, dan prinsip untuk menunjang hasil perancangan identitas visual yang lebih baik. Untuk metode perancangannya sendiri menggunakan metode *design thinking* dengan analisis data SWOT dan USP dengan teknik pengambilan data observasi, wawancara dan dokumentasi.

Metode Penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2013) merupakan metode yang digunakan dalam sains untuk mengumpulkan data untuk aplikasi atau tujuan tertentu. Berdasarkan ini, empat kata kunci teknik ilmiah, data, tujuan, dan penggunaan perlu diperhitungkan.

Sumber Data

Sumber data yang di peroleh yaitu data primer yang berdasarkan observasi, wawancara dan dokumentasi pada lokasi wisata Puthuk Panggang Welut. Sedangkan sumber data sekunder berdasarkan beberapa jurnal dan artikel yang berkaitan dengan identitas visual dan wisata alam maupun pariwisata.

Design Thinking

Menurut Rachim (2021) Design thinking digunakan untuk mengembangkan, menguji, dan menemukan cara-cara baru untuk memenuhi permintaan pengguna dengan memahami apa yang diinginkan pengguna, menumbuhkan asumsi, mendefinisikan ulang masalah, dan menghasilkan solusi baru.. Menurut Rachim (2021) tahapan dalam design thinking dibagi menjadi 5 yaitu :

1. Empathize

Peneliti akan melakukan pendekatan kepada user dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi untuk mengambil data yang dibutuhkan

2. Define

Peneliti akan melakukan problem statement dan mengidentifikasi masalah yang telah didapat dari tahap empathize.

3. Ideate

Peneliti akan melakukan penjaringan ide dalam melakukan tahap perancangan

4. Prototype

Peneliti melakukan perancangan desain identitas visual wisata Puthuk Panggang Welut.

5. Test

Peneliti akan menguji hasil desain dengan melakukan validasi secara eksternal dan melakukan usability testing kepada calon user untuk melanjutkan ketahap final design.

Untuk melakukan perancangan ini, analisis data SWOT dan USP akan dilakukan di transisi tahap design thinking dari empathize ke define. Untuk sasaran penelitian yang akan dilakukan adalah pengurus wisatawan yang menjadi narasumber dari subjek penelitian wisata Puthuk Panggang Welut yaitu Bapak Iswanto dan juga pengunjung-pengunjung wisata Puthuk Panggang Welut dengan umur kisaran 16-35 tahun (remaja-berkeluarga).

KERANGKA TEORETIK

Pada penelitian ini juga mengumpulkan beberapa kajian teori yang menjadi dasar dari perancangan identitas visual wisata Puthuk Panggang Welut ini, yaitu :

1. Identitas Visual

Menurut Cenadi di Pradeno et al. (2019) Identitas visual merupakan salah satu jenis visual atau gambaran identitas perusahaan. Sebuah perusahaan atau lokasi dapat menampilkan gambar yang memposisikan sebuah perusahaan atau lokasi berupa identitas visual.

2. Logo

Dalam identitas perusahaan, logo menjadi fokus utama dalam penggunaan elemen visual. Dalam merancang logo, dibutuhkan unsur-unsur pendukung yang mencerminkan ciri khas identitas perusahaan untuk memperkuat proses pembangunan citra atau branding (Kartika & Wijaya, 2016). Pada logo terdapat dua jenis logo yaitu logogram dan logotype (Setiadi, 2016).

3. Warna

Menurut Kusrianto di Pradeno et al. (2019) Warna merupakan salah satu elemen krusial dan pelengkap dalam sebuah gambar yang dapat menyampaikan informasi emosional dan psikologis. Menurut Rustan di Setiadi (2016) didalam warna memiliki sebuah

psikologis yang dapat mempengaruhi bagi yang melihat tersebut, ini merupakan psikologis dari beberapa warna seperti biru memiliki arti ketenangan, langit, air. Hijau memiliki arti alam, kesuburan, lingkungan hidup. Coklat memiliki arti makhluk hidup, alam, kesuburan, desa, ketenangan, tanah, bumi.

4. Tipografi

Tipografi merupakan disiplin desain visual yang melibatkan penempatan huruf untuk memberi atau mengirimkan informasi sesuai dengan konteks yang disampaikan melalui penempatan kata-kata. (Pradeno et al., 2019)

5. Layout

Layout merupakan salah satu ilmu desain yang berguna untuk mengatur tata letak setiap aspek-aspek visual yang ada didalam desain tersebut guna dapat menyampaikan sebuah informasi dengan baik. Menurut Januariyansah, (2018) terdapat 5 prinsip desain :

1. *Unity* (Kesatuan): merupakan kesatuan yang tepat antara elemen suatu gambar menciptakan kesan yang menyenangkan dan memastikan bahwa gambar tersebut dilihat sebagai sebuah keseluruhan yang utuh.
2. *Rhythm* (Irama): irama mengacu pada pengorganisasian ulang, pengulangan, atau pola teratur dari elemen desain. Ini menciptakan sensasi gerakan atau aliran visual yang teratur, menarik perhatian, dan memberikan kesatuan dalam komposisi desain.
3. *Proportion* (Proporsi): Proporsi merupakan pengaturan tata letak yang teratur dan seimbang dengan menggambarkan hubungan antara bagian-bagian citra.
4. *Balance* (Keseimbangan): Untuk menghasilkan efek visual yang menyenangkan, keseimbangan menggambarkan penyebaran elemen gambar yang merata.
5. *Contrast* (Kontras): Penggunaan variasi dalam sebuah desain yang membuat lebih menarik.

6. Pariwisata

Menurut Wahab di Pradeno et al. (2019) pariwisata merupakan salah satu sektor usaha yang memiliki potensi untuk berkembang pesat secara ekonomi, menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan taraf hidup, dan mengelola sektor secara penuh yang mencakup industri tradisional atau klasik, kerajinan tangan, dan suvenir. Menurut Suryo Sakti Hadiwijoyo di (Maesti et al., 2022) potensi obyek dan daya tarik wisata dibedakan menjadi tiga yaitu destinasi wisata alam, lokasi rekreasi sosial dan budaya dan destinasi wisata dengan minat khusus.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian kali ini menggunakan metode perancangan design thinking dengan analisis data SWOT dan USP yang dilakukan ditransisi tahap design thinking antara empathize dan define.

Pada tahap *design thinking empathize*, peneliti melakukan pendekatan kepada user dan melakukan observasi dan dokumentasi lokasi wisata Puthuk Panggang Welut, Mojokerto. Untuk melakukan pendekatan terhadap user, peneliti mengambil salah satu narasumber pada wisata Puthuk Panggang Welut yaitu pak Iswantoro sebagai pengurus wisata dan melakukan wawancara juga terhadap pengunjung wisata alam. Pada hasil data yang didapat dapat disimpulkan bahwa wisata Puthuk Panggang Welut ini memiliki potensi yang baik dengan kawasan hutan pinus yang luas didukung dengan asset wisata seperti camping ground, taman spot foto unik dan air terjun, namun kekurangan pada wisata ini adalah kurangnya konsistensi pada identitas visual wisata Puthuk Panggang Welut dan juga beberapa asset wisata yang bisa ditambahkan dan ditingkatkan lagi.

Setelah mendapatkan data dari tahap empathize, berlanjut pada tahap analisis data yang dilakukan dengan cara SWOT dan USP. Pada analisis USP ini diambil dua competitor wisata alam yang serupa dengan domisili yang sama yaitu Mojokerto, wisata tersebut adalah Air Terjun Ndlundung, dan Brambang Outdoor. Pada hasil dari analisis data yang dilakukan adalah

wisata Puthuk Panggang Welut dapat meningkatkan wisatanya dengan melakukan perbaikan asset wisata dan memperkuat identitas visual wisata Puthuk Panggang Welut, dan jika dibandingkan dengan kompetitor yang sudah diambil seperti Air Terjun Ndlundung dan Brambang Outdorr, masing masing memiliki kelebihan dan kekurangan, namun wisata Puthuk Panggang Welut memiliki kelebihan yaitu lahan hutan pinus yang luas dan didukung dengan asset wisata seperti camping ground, taman spot foto, dan air terjun yang dapat dijadikan ikonik dari identitas visual yang akan dirancang.

Setelah melakukan tahap analisis data, berlanjut ke tahap design thinking define. Pada tahap ini dilakukan problem statement seperti statement dari permasalahan yang ada sesuai dengan data yang sudah didapat dan dianalisis. Problem statementnya yaitu pengunjung wisata yang berkisaran 16-35 tahun mengalami kendala saat berlibur di wisata Puthuk Panggang Welut karena pihak wisata tidak memperhatikan asset wisata dan identitas visual pada Puthuk Panggang Welut. Pada perancangan identitas visual ini memiliki konsep kreatif dengan menonjolkan citra identitas visual wisata Puthuk Panggang Welut yaitu Kawasan hutan pinus yang memiliki asset pendukung camping ground, taman spot foto, dan air terjun yang menjadi unsur ikonik dari wisata tersebut. Untuk gaya desain identitas visual yang akan diterapkan adalah flat design dengan pemilihan warna hijau dan biru serta pemilihan jenis font sans serif. Menurut Fauzi et al. (2019) *Flat Design* merupakan gaya desain yang menekankan fungsionalitas dan kegunaan elemen yang ada dengan menggunakan kombinasi warna cerah dan elemen minimalis dua dimensi (2D) sehingga gaya desain ini memiliki sifat yang simpel, mudah diingat, dan timeless. Sedangkan pemilihan warna hijau dan biru memiliki makna alam, kesuburan, ketenangan, air. Dan pemilihan font berjenis sans serif sangat mendukung sifat dari *penggunaan* font yang baik yaitu *readability* dan *legibility* yang bagus.

Lalu pada tahap design thinking ideate dilakukannya *How Might We*. Pada tahap *How Might We* adalah tahap apa yang bisa dilakukan untuk memecahkan suatu permasalahan tersebut. *How Might We*: Bagaimana kalau dilakukannya

perancangan identitas visual yang konsisten untuk wisata Puthuk Panggang Welut guna mempermudah wisatawan yang berkunjung serta meningkatkan brand awareness untuk menambah calon wisatawan yang datang?. Lalu setelah itu melakukan penjaringan ide, thumbnail dan tight tissue.

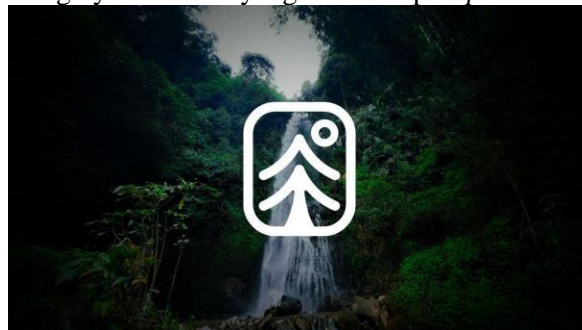
Lalu setelah pada tahap *ideate*, lanjut ketahap perancangan yaitu *prototype*, pada tahap ini mulai dirancang logo dan identitas terapan yang akan diujikan di validasi eksternal dan usability testing di tahap design thinking test.

Pada tahap *design thinking test* dilakukannya uji validasi desain/ media. Pada validasi ini dilakukan secara eksternal (di luar kampus) yang di uji oleh M. Sandy Zulfikar sebagai founder dari agency desain dan branding AKAI di Surabaya. Untuk hasil dari validasi media ini cukup bagus dengan angka skor 83,75% dengan perhitungan rumus jumlah skor per jumlah skor tertinggi dikalikan 100%. Pada hasil validasi ini terdapat beberapa penyesuaian lagi sebelum menuju ke tahap *testing*.

Setelah di tahap validasi berlanjut ke tahap testing yang diujikan di pengunjung wisata Puthuk Panggang Welut dan pengurus wisata yang sebelumnya dijadikan narasumber yaitu Bapak Iswantoro. Pada hasil testing ini cukup memuaskan namun juga ada beberapa tambahan desain yang bisa diterapkan sebelum dijadikan final design atau sudah siap di publish ke masyarakat.

a. Final Design

Setelah melalui semua tahap dari design thinking test, sekarang masuk ketahap final design yaitu desain yang sudah siap di-*publish*.



Gambar 2. Final Cover Logo
(Sumber: Hasil rancangan R. Bagaskara, 2023)



Gambar 3. Final Logo Background Cerah/ Putih
(Sumber: Hasil rancangan R. Bagaskara, 2023)



Gambar 4. Final Logo Background Gelap/ Biru
(Sumber: Hasil rancangan R. Bagaskara, 2023)



Gambar 5. Final Logo Design Background Hijau
(Sumber: Hasil rancangan R. Bagaskara, 2023)



Gambar 6. Final Tentang Wisata Puthuk Panggang Welut
(Sumber: Hasil rancangan R. Bagaskara, 2023)



Gambar 7. Final Logo Philosophy dan Brand Guidelines
(Sumber: Hasil rancangan R. Bagaskara, 2023)



Gambar 8. Final Horizontal Logo Guideline
(Sumber: Hasil rancangan R. Bagaskara, 2023)



Gambar 9. Final Vertical Logo Guideline
(Sumber: Hasil rancangan R. Bagaskara, 2023)

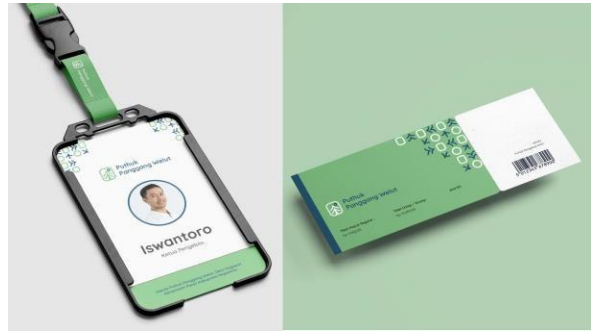


Gambar 10. Final Design Pattern
(Sumber: Hasil rancangan R. Bagaskara, 2023)

“Perancangan Identitas Visual Wisata Puthuk Panggang Welut Kabupaten Mojokerto”



Gambar 11. Final Logo *Mockup Design*
(Sumber: Hasil rancangan R. Bagaskara, 2023)



Gambar 15. Final Id Card dan Ticket *Design*
(Sumber: Hasil rancangan R. Bagaskara, 2023)



Gambar 12. Final Sign Logo *Mockup Design*
(Sumber: Hasil rancangan R. Bagaskara, 2023)



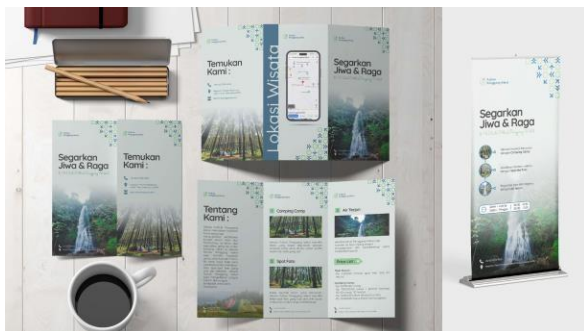
Gambar 16. Final T-Shirt *Design*
(Sumber: Hasil rancangan R. Bagaskara, 2023)



Gambar 13. Final Stationary *Design*
(Sumber: Hasil rancangan R. Bagaskara, 2023)



Gambar 17. Final Totebag *Design*
(Sumber: Hasil rancangan R. Bagaskara, 2023)



Gambar 14. Final Brochure dan Banner *Design*
(Sumber: Hasil rancangan R. Bagaskara, 2023)



Gambar 18. Final Cap dan Pin *Design*
(Sumber: Hasil rancangan R. Bagaskara, 2023)



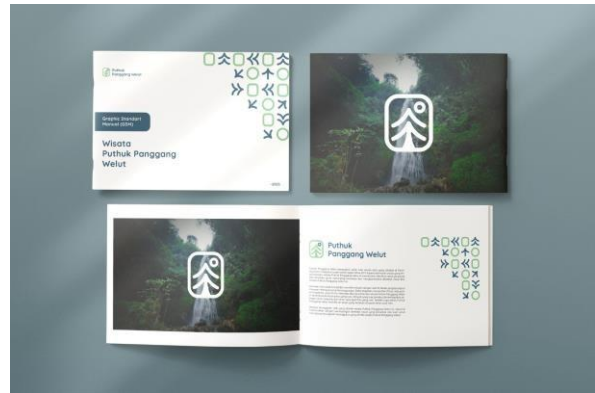
Gambar 19. Final Sticker Design
(Sumber: Hasil rancangan R. Bagaskara, 2023)



Gambar 23. Company Profile
(Sumber: Hasil rancangan R. Bagaskara, 2023)



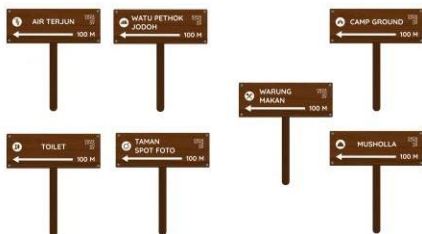
Gambar 20. Final Car Mockup Design
(Sumber: Hasil rancangan R. Bagaskara, 2023)



Gambar 24. Graphic Standar Manual (GSM) 1
(Sumber: Hasil rancangan R. Bagaskara, 2023)



Gambar 21. Final Sign System Design 1
(Sumber: Hasil rancangan R. Bagaskara, 2023)



Note: Arah dan jarak menyesuaikan lokasi

Gambar 22. Final Sign System Design 2
(Sumber: koleksi pribadi)

Tabel 1. Hasil Validasi Eksternal

Aspek	Skor	Kriteria
Kesesuaian visualisasi dan layout logo	4	Sangat baik
Kesesuaian warna logo dan identitas visual	4	Sangat baik
Kesesuaian penerapan logo dan identitas visual	4	Sangat baik
Kesesuaian penggunaan desain pattern pada identitas visual	3	baik
Kesesuaian penggunaan desain terapan identitas visual	3	baik

SIMPULAN DAN SARAN

Perancangan identitas visual sangatlah penting untuk sebagai citra dari wisata Puthuk Panggang Welut dan meningkatkan brand awareness terhadap calon wisatawan. Dalam perancangan ini menggunakan metode perancangan design thinking dan analisis data SWOT dan USP yang dilakukan di transisi tahap design thinking empathize menuju ke define.

Analisis data SWOT guna mengetahui kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman apa yang akan dihadapi oleh wisata Puthuk Panggang Welut dan strategi yang dapat dilakukan. Sedangkan untuk analisis data USP menggunakan 2 kompetitor yang digunakan untuk mengetahui keunikan cara penjualan dan pemosisian wisata Puthuk Panggang Welut untuk menjadi pembeda.

Penggunaan analisis data SWOT dan USP dengan metode design thinking sangat berfungsi untuk menerima data yang akurat dalam mengetahui masalah pada wisata Puthuk Panggang Welut dengan metode perancangan design thinking yang menggunakan pendekatan terhadap user atau calon user.

Bedasarkan perancangan skripsi saran yang dilakukan adalah terhadap pihak wisata yang lebih aware terhadap pentingnya citra identitas visual dari suatu merk dan juga mendapatkan dukungan penuh dari pemerintahan daerah Mojokerto untuk membantuk menaikkan wisata-wisata yang ada di Mojokerto untuk bisa bersaing lebih dengan daerah-daerah wisata lainnya seperti Malang dan Batu.

REFERENSI

Fauzi, R. A., Anuggilarso, L. R., Hardika, A. R., & Saputra, D. I. S. (2019). Penggunaan

Konsep Flat Design pada Markers Semaphore Augmented Reality. *InfoTekJar (Jurnal Nasional Informatika Dan Teknologi Jaringan)*, 4(1), 42–46. <https://doi.org/10.30743/infotekjar.v4i1.1375>

Islam, M. A. (2018). Konsistensi Identitas Visual: Kajian Visual Branding Media Publikasi Borobudur. *Jeskovsia*, 2(2), 105–119. <https://doi.org/https://doi.org/10.32815/jeskovsia.v2i2.329>.

Januariyansah, S. (2018). Analisis Desain Logo Berdasarkan Teori : Efektif Dan Efisien. https://www.researchgate.net/publication/328662854_ANALISIS_DESAIN_LOGO_BERDASARKAN_TEORI_EFEKTIF_DAN_EFISIEN, 1(1), 13–14. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.20543.97448>

Kartika, J. D., & Wijaya, R. S. (2016). *Logo : visual asset transitions*. PT. Elex Media Komputindo.

Pradeno, D. K., Kadarisman, A., Studi, P., Komunikasi, D., Kreatif, F. I., Telkom, U., Presiden, I., Bogor, K. R., Zoologi, M., Ethnobotani, M., & Tanah, M. P. (2019). *PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL KAWASAN WISATA DESIGN OF TOURISM AREA VISUAL IDENTITY*. 6(3), 3782–3789.

Rachim, F. (2021). *Design Thinking with Design Process*.

Setiadi, H. (2016). *Perancangan Rebranding Bengkel N'S Garage*.

Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.