

Rekognisi Melalui Webinar Branding Desain Grafis Di Era 4.0

Ali Alamsyah Kusumadinata¹, Nadia Amalia², Niswan Biralda³, Hanafi⁴

¹²³⁴Sains Komunikasi, FISIPKOM, Universitas Djuanda, Indonesia

Korespondensi: ali.alamsyah@unida.ac.id

Abstract

The development of communication technology has had a very diverse impact. One of them is as a promotional tool in marketing products or personal known as personal selling. This ability needs to be possessed by every student, lecturer and practitioner as well as government in showing who and how to build the integrity of their products. This report aims to examine the results of webinars that have been conducted in a series of graphic communication design courses. As part of the participation of universities, they care about people who are exposed to digital literacy. This writing method uses a qualitative approach that uses quantitative data from the results of respondents' participation as well as respondents' assessment of graphic design in building branding itself. This service is carried out in January 2022 for one day. The results of this service show the interest of the community, especially young people and have the ability to build attractive designs but are limited by the technology they have. Therefore, patience is needed, the ability to read information technology, the ability to use media technology and observation and get to know the design products that are in demand. This needs to be supported by a community that is able to bring to a learning class that can share with each other.

Keywords: Design Community, Graphic Design, Media Technology

Abstrak

Perkembangan teknologi komunikasi memberikan dampak yang sangat beragam. Salah satunya adalah sebagai alat promosi dalam memasarkan produk atau personal yang dikenal dengan personal selling. Kemampuan ini perlu dimiliki setiap mahasiswa, dosen dan praktisi serta pemerintahan dalam menunjukkan siapa dan bagaimana membangun integritas produknya. Laporan ini bertujuan untuk mengkaji hasil webinar yang telah dilakukan dalam rangkaian mata kuliah desain komunikasi grafis. Sebagai bagian dari peran serta perguruan tinggi peduli terhadap masyarakat yang terpapar literasi digital. Metode penulisan ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menggunakan data kuantitatif hasil pernyataan responden yang mengikuti serta penilaian responden terhadap desain grafis dalam membangun branding itu sendiri. Pengabdian ini dilakukan pada bulan Januari 2022 selama satu hari. Hasil pengabdian ini menunjukkan ketertarikan masyarakat khususnya kalangan muda dan memiliki kemampuan usaha untuk membangun desain yang menarik namun keterbatasan oleh teknologi yang dimiliki. Oleh karena itu diperlukan kesabaran, kemampuan membaca informasi teknologi, kemampuan penggunaan teknologi media dan pengamatan serta mengenal produk desain yang

diminati. Hal ini perlu didukung oleh komunitas yang mampu membawa kepada kelas belajar yang bias saling berbagi.

Kata Kunci: *Desain grafis, Komunitas desain, Teknologi Media*

Pendahuluan

Desain grafis merupakan suatu keterampilan yang unik dan memiliki kemampuan yang unik untuk menjadikannya menjadi suatu produk. Desain grafis memiliki beberapa bentuk karya bisa merupakan karya gambar, animasi, mural, komik, karton, lukis, serta produk kemasan. Kemampuan ini disesuaikan dengan tujuan dalam pembuatan desain itu sendiri. Desain merupakan wadah bagi seorang guru untuk menampilkan info pembelajaran yang menarik antara lain dapat menggunakan canva. Kemampuan membangun branding merupakan kemampuan yang perlu dibangun dalam dunia literasi digital saat ini, sehingga kemampuan mengenal desain dan pengembangannya perlu dicari dan dipahami dengan senantiasa membangun wawasan baru (Kusumadinata, et al., 2022).

Pada dunia industry kecil dan menengah kemampuan desain dalam produk local perlu dijadikan hal yang penting untuk dilakukan perlakuannya dengan pendekatan budaya, kondisi lokalitasnya, peraturannya serta minat beli masyarakatnya. Hal ini perlu menjadi bagian pertimbangan dalam menciptakan nilai branding dari suatu produk (Kusumadinata & Fitriah, 2017).

Desain yang baik merupakan desain yang mampu mempersonifikasi dari suatu produk yang merupakan tujuan akhirnya adalah membentuk branding yang baik. Pada pengabdian masyarakat kemampuan desain ini perlu diajarkan dari tingkat dasar hingga tingkat mahir. Program yang dilakukan dalam kegiatan ini berjenjang dimulai dari sosialisasi dari nilai desain itu akan berlanjut pada kemampuan skill pada pengabdian selanjutnya. Temuan dari penelitian sebelumnya bahwa desain pada kemasan membentuk persepsi yang baik antara produsen dan klient yang menciptakan nilai repositas. Oleh karena itu, diperlukan elemen warna, teks dan elemen visual yang menjadi penyeimbang dari pembuatan desain. Pandangan pertama terhadap suatu produk dari desain

kemasan yang menarik akan menjadikan nilai visibilitas merk, warna yang khas serta ilustrasi pokok yang unik mampu menciptakan kesan yang mendalam bagi konsumen itu sendiri(Nugrahani, 2015).

Sosialisasi dalam pembelajaran desain dapat dilakukan dengan langsung dan luring. Sosialisasi daring memiliki keuntungan antara lain adalah mudah mobilisasi, kepanitiaan yang kecil, mampu dijangkau dari segala arah sedangkan nilai minus nya adalah jaringan serta tampilan yang berupa virtual yang terbatas terhadap penjelasan. Sedangkan pada sosialisasi luring, memiliki keunggulan yang jelas, langsung bersentuhan, perencanaan yang matang serta memiliki nilai bias yang kecil dalam penjelasan. Adapun kekurangannya memiliki kepanitiaan yang besar dan anggaran yang cukup besar. Kompetensi luring dan daring memiliki perbedaan pada metode, proses pembelajaran dan keduanya memiliki capaian yang sama bila direncanakan dengan baik(Nengrum, Pettasolong, & Nuriman, 2021).

Pembelajaran desain sangat dibutuhkan bagi pemula dan ahli. Implikasi pembelajaran daesain tentu menggunakan TIK yang membutuhkan analisis kebutuhan sesuai dengan kebutuhan dan perencanaan dan pengembangannya. Media desain digunakan sebagai media pembelajaran yang menggunakan visual, auditorial dan kinestetik sehingga memiliki kemampuan mengugah rasa untuk belajar(Miftah, 2014).

Dalam kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat merupakan kegiatan yang mengedepankan nilai edukasi yang mendiskusikan bagaimana membangun branding pada desain dan apa yang perlu dilakukan. Sehingga tujuan penulisan ini adalah mendeskripsikan kegiatan rekognisi melalui webinar branding desain grafis di era 4.0.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang mengungkap makna lebih mendalam dari suatu kejadian peristiwa(Sugiyono, 2019). Data yang digunakan adalah data kuantitatif

dan kualitatif. Data diambil dari bahan kajian nara sumber, dan kuesioner yang diisi oleh peserta serta pertanyaan yang diajukan oleh peserta. Peserta berasal dari kalangan mahasiswa, pelajar dan umum. Kegiatan dilaksanakan pada 14 Januari 2023. Analisa menggunakan deskripsi kualitatif memanfaatkan data narasi dan persentase pengisian kuesioner serta membuat model pada kegiatan tersebut sehingga menemukan rancangan kedepannya, dilanjutkan dengan membuat kesimpulan. Data diuji dengan melihat penyebaran data menggunakan Kruskal willi test dengan menggunakan aplikasi online (https://stats.blue/Stats_Suite/kruskal_wallis_test.html). Diasumsikan H_0 : Data tersebar sama dan H_a : data tidak terdistribusi sama. Dilanjutkan dengan interpretasi data dan simpulan. Metode kontemporer memiliki nilai ilmiah dalam menyatakan pendapat karena berdasarkan data dan statistika yang cukup dipertanggung jawabkan (Yusainy, 2015).

Hasil dan Pembahasan

1. Kegiatan Webinar (Prakegiatan, Kegiatan, Evaluasi)

Desain grafis merupakan salah satu cabang ilmu dalam bidang komunikasi. Kemampuan desain memerlukan kekuatan komputerisasi dan kreativitas. Dalam Kegiatan PKM dilakukan secara bersama mahasiswa melakukan webinar. Pada webinar mengangkat tema membangun branding desain di era 4.0. Langkah pertama kegiatan ini adalah dengan membuat tim serta menyusun rincian biaya dan khalayak yang akan diundang dalam acara PKM. Dilanjutkan dengan pemilihan pembicara utamanya seorang praktisi yang mampu memberikan kesan yang baik terhadap dunia desain. Dilanjutkan dengan pembuatan poster dan informasi. Informasi kegiatan dilakukan H-3 pada saat penyelenggaraan. Adapun informasi poster dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Poster kegiatan

Kegiatan dilanjutkan dengan membuat, group di Whatsapp sebagai bagian dari koordinasi dan komunikasi dengan peserta termasuk bahan dan link acara. Pada hari H panitia membuat link zoom

Zoom . is inviting you to a scheduled Zoom meeting.

Topic: Webinar "Membangun Skill Desain Grafis di Era 4.0"

Time: Jan 14, 2023 01:00 PM Jakarta

Join Zoom Meeting

<https://us06web.zoom.us/j/84459451876?pwd=YjVnT0lZV1cwMmk0blcwdmZrUzJLQT09>

Meeting ID: 844 5945 1876

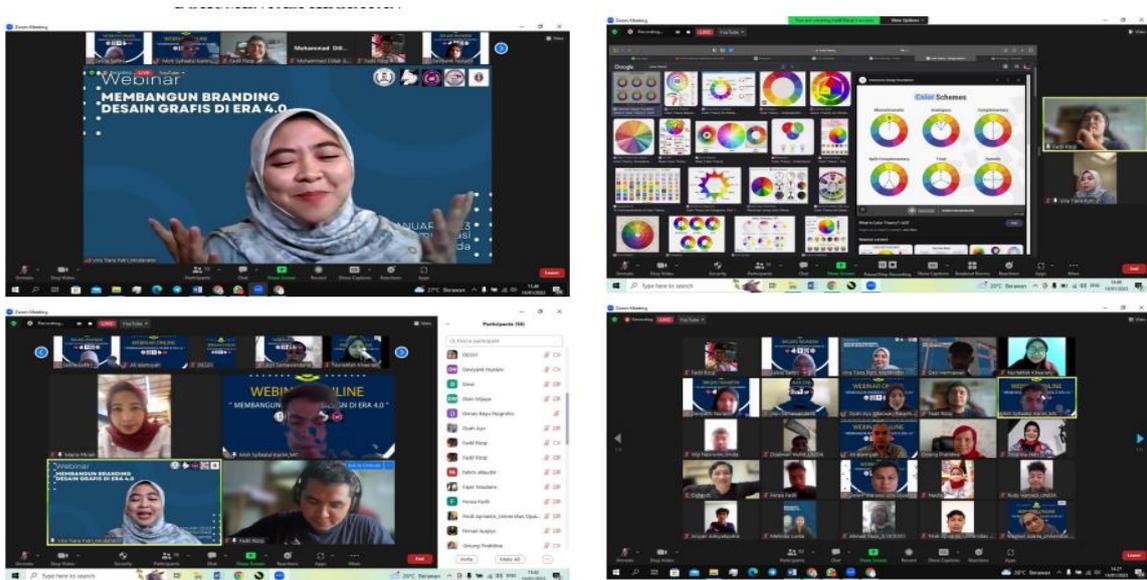
Passcode: 443379

Meeting ID: 844 5945 1876

Passcode: 443379

Find your local number: <https://us06web.zoom.us/j/kchPAYPQJr>

Dan pada link youtube yang dapat disaksikan di link <https://youtu.be/Bb4pH9nc564>. Acara berlangsung dari pukul 13.00 sampai dengan pukul 15.00. Adapun acara dimulai dengan pembacaan ayat suci alquran, mendengarkan lagu Indonesia raya, dan Hyme Djuanda of University. Lanjutan



acara pengantar dari wakil dean yang berisikan bahwa mendesain itu membentuk branding. Banyak cara membentuk *branding* sehingga perlu dipelajari dengan baik. Kegiatan prosesi dapat dilihat pada Gambar 2.

Gambar 2. Proses kegiatan webinar di zoom

Acara dilanjutkan mendengarkan pemateri dalam hal ini isi materi yang diberikan adalah penggunaan desain yang tepat akan memiliki daya tarik tersendiri baik media luar ruang maupun desain media sosial. Desain di era digital tidak luput terdapat promosi, desain akan membangun branding yang konsisten baik secara tradisional atau modern hal ini sejalan dengan hadirnya perkembangan teknologi komunikasi sehingga tidak jauh dari elemen-elemen visual yang ada. Illustrator yang berkecimpung di dunia seni sejak tahun 2019 dan sudah terhitung 4 tahun sampai saat ini. Pandemi adalah hal yang memotivasi beliau untuk

mempelajari ilmu dan portopolio mengenai illustrator. Pesan acara tersebut adalah personal branding singkatnya adalah bagaimana mengenalkan diri kita sendiri kepada dunia mengenai apa kita, bisa apa, dan lain-lain. Personal branding berperan penting dalam menjalani kehidupan. Pemateri menyampaikan ada tiga alasan pentingnya personal branding untuk desainer yaitu :1. Menjadi Top Of Mind; Top of mind adalah apa yang pertama kali dipikirkan seseorang kita sedang mengucapkan sesuatu. Contohnya :ketika haus dan mencari minuman di minimarket bisa yang dicari utama seperti aqua. Jadi langsung mengingat kesatu tujuan. Contoh lainnya adalah bagaimana kita menjadi ikon terhadap sesuatu, seseorang akan selalu mengingat kita. Ketika ingin membuat desain klient langsung teringat kepada kita. 2.Lebih mudah mendapatkan klient, Dengan branding kita bisa menarik klient karena kita sudah membangun branding diri sendiri di sosial media. 3.Tidak masuk keranah perang harga.

Cara membangun personal branding itu bisa dimulai dengan berbagai macam cara, fadil menyampaikan bahwa menurutnya ada empat cara yang harus dilakukan yaitu sebagai berikut :

1. Membangun personal branding di Sosial Media. Bisa dimulai dengan sesuatu yang kita bisa dan ketika memulai sesuatu yang kita sukai kita kita perlu mengutamakan Quantity dibandingkan Quality. Ketika kita sudah menciptakan banyak hal maka kita bisa memilih dan memilah mana desain yang paling bagus. Semakin sering membuat suatu karya maka akan semakin melatih diri sendiri untuk memberikan style dan karakter dari desain kita sendiri. Setiap desainer memiliki ciri khasnya sendiri. Jangan pernah ragu untuk membagikan hasil karya di sosial media, karena itu akan membangun branding.
2. Harus memiliki NICHE & Positioning, Niche dan Positioning adalah hal yang memudahkan orang untuk mengenal siapa kita, sehingga kita dapat memenangkan top of mind dari calon klien. Niche bisa disampaikan seperti segmentasi pasar tentang siapa dari pasar kita, dan positioning seperti apa kita ingin memposisikan diri kita agar kita langsung diingat oleh audiens.

Selain itu sebagai seorang desainer/illustrator harus mampu atau memiliki kemampuan negosiasi dan memiliki kredibilitas.

3. Do What you have told, Kita harus menjaga kredibilitas sebagai seorang desainer/illustrator. Kepercayaan orang lain terhadap kita adalah hal yang harus kita jaga sebaik-baiknya dan jangan meremehkan kepercayaan orang lain kepada kita.
4. Konsisten, Untuk menjaga kepercayaan orang lain kita perlu menjadi seseorang yang konsisten dengan membuat desain yang baik dan meningkatkan skill. Semakin sering praktik maka akan semakin bagus "Practices makes perfect". Praktik ini bisa digunakan untuk portopolio, dan portopolio ini bisa menjadi branding kita kepada klient.

Seiring dengan perjalanan perkembangan desain banyak perubahan yang terjadi, salah satunya pada jaman dulu sempat trend emo sedangkan sekarang tidak. Begitu pula dengan desain adanya banyak perkembangan yang bergerak secara dinamis. Banyak trend yang semakin berubah dengan mengikuti perkembangan diluar, seorang desainer harus mampu menyesuaikan dengan perkembangan desain yang terjadi di dunia.

Fotography dan desain grafis memiliki ikatannya satu sama lain. Foto grapi bisa dikatakan sebagai alat atau instrument yang penting untuk desain grafis. Photography dan desain memiliki ruang lingkup yang berkaitan satu sama lainnya. Banyak hal yang berkaitan satu sama lain karena elemen-elemen antara keduanya hamper mirip. Kita harus bisa membedakan genre dari masing-masing produknya. Ketika membuat sebuah produk maka harus bisa membedakan jenis desain mana sehingga bisa mengetahui *font* apa yang akan kita gunakan, baik *font serif* atau dengan memilih *font* dekoratif. Penjelasan diakhir pematari menyampaikan bahwa prospek desain akan terus berubah tapi kita perlu terus mengembangkan diri agar kitamemilikinilaijual yang baik di pasaran. Dalam desain grafis ada beberapa elemen penting, salah satu elemennya adalah elemen warna. Warna memiliki skema yang penting. Sebelum kita menentukan pewarnaan kita perlu menentukan warna primer terlebih dahulu, jika sudah menentukan warna primer setelah itu

kita perlu memilih warna sekunder, dimana perlu juga mengatur vibrance dan saturasi. Selain itu untuk menentukan font juga kita perlu mempergunakan golden ratio dimana dibedakan dari ukuran fontnya. Selain itu pemanfaatan komunitas menjadi penting untuk menjaga standard karya dan standard pekerjaan yang kita miliki.

2. Analisis dan Penilaian dari Peserta webinar

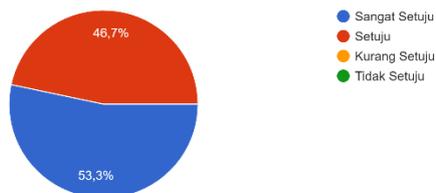
Kegiatan ini menghasilkan banyak apresiasi dari peserta. Selain itu kegiatan ini mampu memberikan minat yang cukup tinggi terhadap desain. Hal ini dapat dilihat pada Peserta yang terdiri dari 15 jawaban yang notobene dari dalam Universitas Djuanda, namun terdapat dari luar kampus (Gambar 1)



Gambar 3. Asalpeserta acara webinar desain branding 4.0

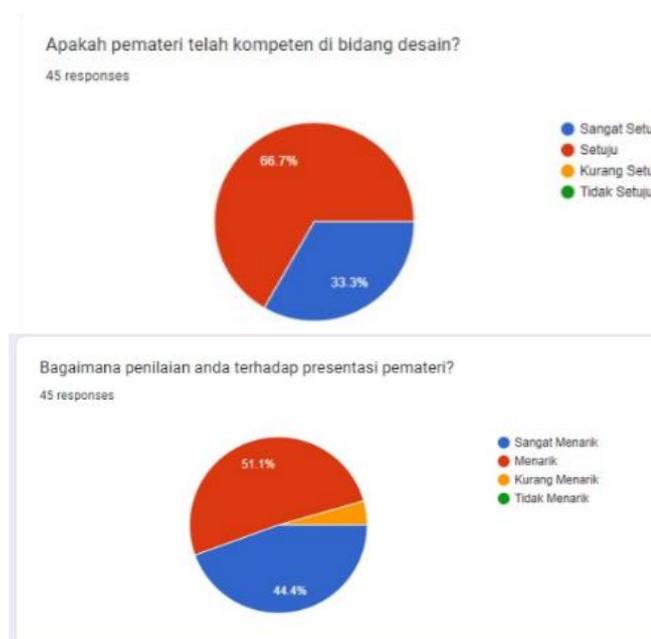
Selanjutnya peserta ditanyakan apakah materi memiliki kemenarikan terhadap kebutuhan peserta, hal ini didominasi menyatakan sangat setuju.

Apakah tema materi webinar hari ini menarik anda ikuti dalam pengembangan informasi desain?
 45 jawaban



Gambar 4. Ketertarikanpesertaterhadap acara

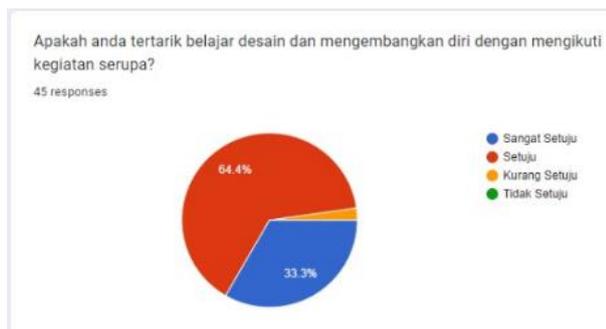
Selain itu pertanyaan yang diajukan dengan kompetensi dari keahlian pembicara. Pembicara merupakan konten creator dan ilustrator serta desain digital. Sehingga kemampuannya dapat dijadikan alasan untuk dijadikan sebagai sharing pengalaman. Kreator desain merupakan profesi yang baru yang tidak hanya bermanfaat bagi dunia Pendidikan namun juga dunia industri. Kemampuan creator desain mampu memberikan seni pada suatu produk lebih menarik. Branding suatu produk dapat ditandai dari warna, garis, bentuk, serta kemasannya. Hal inilah yang perlu menjadikan seorang desain produk ataupun desain grafis harus memiliki wawasan terhadap desain yang akan di buat.



Gambar 5. Kredibilitas pemateri dan kemampuan komunikasi

Presentasi pemateri cukup bagus, meskipun kemampuan verbal cukup bagus sehingga bisa diterima khalayak dalam berkomunikasi. Kemampuan pemateri penting untuk dilihat agar pesan yang disampaikan diterima baik dengan khalayak peserta. Kemampuan pemateri memiliki basic praktisi sehingga memiliki modal untuk bercerita. Pemateri juga memiliki kemampuan dalam memberikan ilustrasi

yang cukup baik. Meskipun presentasi ini masih ada yang menganggap kurang menarik namun secara keseluruhan pesan materi dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh peserta.



Gambar 6. Rekomendasi kegiatan serupa

Pada kegiatan pengabdian kemasyarakatan berupa kegiatan webinar memberikan informasi yang cukup memberikan *insight* dalam dunia perdesain. Hal ini cukup sulit menemukan acara membicarakan hal teknis dan cukup mahal. Acara serupa perlu dilakukan untuk memperkaya kemampuan kita melihat seni sebagai bagian dari proses hidup dan harus mampu kita bicarakan dalam acara-acara akademis. Acara webinar ini merupakan salah satu jenis peran serta mata kuliah mengenalkan desain dalam kehidupan sehari-hari dengan pendekatan personal maka diambil Branding sebagai topik utamanya. *Branding* merupakan tampak luar dari seseorang. Bila Branding itu berupa orang maka dinamakan personal branding dan bila pada produk dinamakan *product branding*. Dalam keilmuan pemasaran *Branding* terbagi atas *brand image*, *brand identity* dan *brand integrity*, ketiga *branding* ini harus melekat pada suatu produk atau orangnya. Brand image merupakan gambar yang tampak, *Brand identity* komponen yang membentuk branding tersebut yang memiliki karakter dari suatu objek serta *Branding Integrity* merupakan nilai suatu produk yang dimiliki yang memiliki

sama dengan data sesungguhnya. Hal ini menunjukkan bahwa peserta adalah orang yang memiliki kemampuan desain dan menyukai desain. Adapun nilai median dan rata-rata nilai adalah pada Tabel 1.

Tabel 1 Distribusi penyebaran data

Sampel	n	Media	Nilai Rerata
Tema	45	5	101,93
Komptensi	45	4	84,33
Komunikasi	45	4	91,75
Keberlanjutan	45	4	83,97

Pembahasan

Desain grafis memiliki pengaruh kepada dunia periklanan dengan memberikan kedekatan dengan penikmatnya. Desain mampu memberikan daya tarik informasional dan rasional difokuskan pada manfaat atau alasan dalam memilih merk *brand*, daya tarik emosional yang memberikan kebutuhan petualangan secara rasa dan memberikan rasa tenang, termotivasi dan nyaman. Daya tarik lainnya adalah daya tarik kombinasi yang merupakan perpaduan antara emosional dan informasional(Suyanto, 2004). Semakin banyak interkasi dengan dunia desain dengan membicarakan desain dan membangun komunitas maka akan beragam corak yang akan lahir dan semakin kaya akan karya tersebut(Dewojati, 2009).

Membangun kemampuan desain dapat dilakukan dengan meminati dahulu dan mencoba serta bergabung dengan komunitas, Keberadaan komunitas mampu memberikan pengayaan kepada pecinta seni desain. Terlebih tutor atau fasilitator dalam memberikan pelatihan dan pengayaan dalam menajamkan sesivitas seni(Zuhro & Cahyandaru, 2022). Desain juga mampu memberikan pengayaan pada produk lokal untuk dapat menjadi *branding* yang sesuai dengan nilai lokal setempat dan menggambarkan status produk tersebut(Kusumadinata & Fitriah, 2016).

Kemampuan membangun desain diselaraskan dengan hobi yang dimiliki jauh lebih baik. Hobi yang mendatangkan nilai tambah memberikan efek domino yang baik dalam kesejahteraan keluarga. Banyak hal yang dapat dimanfaatkan

dalam waktu senggang Ketika pekerjaan menjadi hobi, oleh karena itu diperlukan niat yang kuat dan keuletan dalam menjadiahli salah satunya dengan menjadikan hobi dalam meniti usaha (Sanjaya, 2020). Dalam webinar desaingrafis di era 4.0 merupakan bentuk apresiasi bagi dunia seni khususnya desainer multimedia. Karena dunia digital tidak hanya menghasilkan bentuk produk namun juga menghasilkan desain visual yang elegen dan mampu menarik minat client. Kemampuan menguasai desain merupakan salah satu jenis keahlian dalam desainer tidak hanya desain saja yang diperlukan juga kemampuan personal branding, personal communication, prortofolio dan kemampuan negosiasi. Kemampuan ini membawa kita kepada ke dalaman suatu produk dan terintegrasi dalam dunia seni desain (Purnama, 2004),

Intisari yang disampaikan dalam pengabdian kepada masyarakat dalam acara kegiatan webinar adalah agar setiap mata kuliah yang diampu mampu memberikan dampak kepada masyarakat tidak hanya mahasiswa sebagai peserta didik namun juga praktisi dan masyarakat umum dapat mengenal mata kuliah tersebut. Selanjutnya perlunya mengemas desain acara dan pengembangan desain teknis yang perlu dikuasai. Sehingga membantu acara menjadi lancar dan sukses.

Kesimpulan

Pengabdian masyarakat berupa mengundang praktisi desain grafis memiliki kelebihan dalam membangun konsep baru dalam desain grafis. Manfaat berbagi pengetahuan dengan orang baru dan memiliki komunitas menambah kedalaman keilmuan serta menambah pengetahuan yang belum pernah terkuak. Oleh karena itu kegiatan pengabdian pada mata kuliah desain grafis dengan membuka diri kepada public untuk berbagi sangat bermanfaat untuk meningkatkan kualitas personal. Dari hasil kegiatan ini bahwa branding dihasilkan dari daya jual yang dibangun dengan konsep NICHE Positioning serta komitmen dan konsistensi dalam melakukan hobi dan minat yang kemudian hari mampu meraup tambahan ekonomi bagi yang mejalaninya. Acara ini dihadiri oleh orang yang memiliki minat yang sama terhadap desain dan mengembangkan kemampuannya. Manfaat lain

adalah relasi yang bertambah dengan hobi yang sama. Kedepannya kegiatan ini sebaiknya diteruskan dengan tema yang kekinian dan lebih teknis dalam pemberian materi.

Daftar Pustaka

- Dewojati, R. (2009). Desain grafis sebagai media ungkap periklanan. *Imaji: Jurnal seni dan pendidikan seni*, 2, 175-182. doi: 10.21831/imaji.v7i2.6633
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. (2018). *Priciples of Marketing*. Newyork (US):: Pearson.
- Kusumadinata, A. A., & Fitriah, M. (2016). DESAIN PRODUK MAKANAN LOKAL BERBASIS INDUSTRI KECIL MENENGAH. *Commed, Jurnal Komunikasi dan Media*, 2(1), 13-24. doi: <https://doi.org/10.33884/commed.v2i1.234>
- Kusumadinata, A. A., Salsabila, A., Ningsih, A., E, F., Rachman, F., Karim, M., . . . Nasrudin, W. (2022). Penyuluhan Pemanfaaaatan Sosial Media Instagram Membentuk Branding Usaha Mikro Kecil (UMK). *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 1(3), 149-156. Retrieved from Retrieved from <https://syadani.onlinelibrary.id/index.php/JS/article/view/29>
- Kusumadinata, A., & Fitriah, M. (2017). DESAIN PRODUK MAKANAN LOKAL BERBASIS INDUSTRI KECIL MENENGAH. *Jurnal COMMED*, 2(1), 13-24. doi:<https://doi.org/10.33884/commed.v2i1.234>
- Miftah, M. (2014). PEMANFAATAN MEDIA PEMBELAJARAN UNTUK PENINGKATAN KUALITAS BELAJAR SISWA. *Kwangsan*, 2(1), 1-11. doi:DOI: <https://doi.org/10.31800/jtp.kw.v2n1.p1--12>
- Nengrum, T., Pettasolong, N., & Nuriman, M. (2021). Kelebihan dan Kekurangan Pembelajaran Luring dan Daring dalam Pencapaian Kompetensi Dasar Kurikulum Bahasa Arab di Madrasah Ibtidaiyah 2 Kabupaten Gorontalo. *Jurnal Pendidikan*, 30(1), 1-12. doi:DOI: <https://doi.org/10.32585/jp.v30i1.1190>
- Nugrahani, R. (2015). Peran Desain Grafis Pada Label dan Kemasan Produk Makanan UMKM. *Imajinasi Jurnal Seni*, 9(2), 127-136. doi:DOI: <https://doi.org/10.15294/imajinasi.v9i2.8846>
- Purnama, P. B. (2004). *Kiat praktis menjadi desainer web profesional*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sanjaya, L. P. (2020). *PERANCANGAN DESAIN EKSIBISI PEMANFAATAN HOBI BERSOSIAL MEDIA UNTUK MENJADI PEKERJAAN PADA MAHASISWA DI KOTA SEMARANG*. Skripsi. Semarang: UNIKA SOEGIJAPRANATA.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto, M. (2004). *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan*. Yogyakarta: Andi .
- Yusainy, C. A. (2015). Quo Vadis Psikologi sebagai sebuah Kajian Ilmiah? *Buletin Psikologi*, 23(1), 51-56.
- Zuhro, A. R., & Cahyandaru, P. (2022). Pengembangan media seni mainan tradisional untuk pembelajaran seni budaya anak. *Imaji, Jurnal Seni dan Pendidikan Seni*, 20(1), 34-46. doi:10.21831/imaji.v20i1.45291