

**DESAIN IDENTITAS *VISUAL BRAND* UNTUK
MEMPERKUAT CITRA DESA PANDAI SIKEK,
KECAMATAN X KOTO, KABUPATEN TANAH
DATAR, SUMATRA BARAT**

DISERTASI KARYA SENI

Guna memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Doktor dari
Institut Seni Indonesia Surakarta



**Oleh
Riki Iskandar, S.Ds., M.Sn
NIM: 203121006
(Program Studi Seni Program Doktor)**

**PASCASARJANA
INSTITUT SENI INDONESIA SURAKARTA
2023**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa disertasi dengan judul "Desain Identitas Visual Brand untuk Memperkuat Citra Desa Pandai Sikek, Kecamatan X Koto, Kabupaten Tanah Datar, Sumatra Barat" ini, beserta seluruh isinya, adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan plagiasi atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan kaidah dan etika keilmuan yang berlaku. Apabila di kemudian hari ditemukan dan terbukti ada plagiasi dan pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam tesis ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini, maka saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Surakarta, 8 Maret 2024

menyatakan
membuat pernyataan



Riki Iskandar

NIM : 203121006



PERSETUJUAN

DISERTASI KARYA SENI

DESAIN IDENTITAS VISUAL BRAND UNTUK MEMPERKUAT CITRA DESA PANDAI SIKEK, KECAMATAN X KOTO, KABUPATEN TANAH DATAR, SUMATRA BARAT

sebagai salah satu syarat memperoleh gelar doktor
pada Program Studi Seni Program Doktor
Pascasarjana Institut Seni Indonesia Surakarta


Oleh :

Riki Iskandar, S.Ds., M.Sn
NIM : 203121006


Surakarta, 18 Januari 2024

Menyetujui,

Promotor

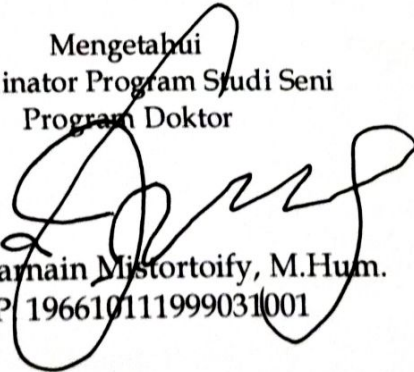

Prof. Dr. Drs. Guntur, M.Hum
NIP : 19640716 199103 1 003

Ko Promotor I


Dr. Agung Eko Budiwaspada, M.Sn.
NIP : 19630317 199201 1 001

Mengetahui

Koordinator Program Studi Seni
Program Doktor


Dr. Zulkarnain Mistorioify, M.Hum.
NIP 196610111999031001

PENGESAHAN

Telah dipertahankan dalam Ujian Disertasi
Program Studi Seni Program Doktor
Institut Seni Indonesia Surakarta
pada tanggal, 8 Maret 2024

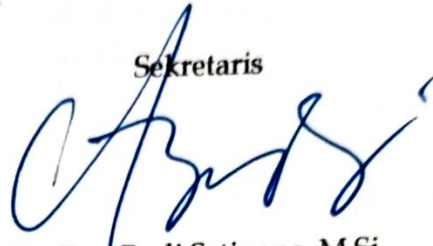
Dewan Penguji

Ketua



Prof. Dr. Dra. Sunarmi, M.Hum.
NIP: 196703051998032001

Sekretaris



Dr. Drs. Budi Setiyono, M.Si.
NIP: 196309021991031001

Promotor



Prof. Dr. Drs. Guntur, M.Hum.
NIP : 19640716 199103 1 003

Ko Promotor



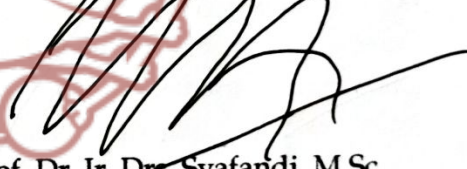
Dr. Agung Eko Budiwaspada, M.Sn.
NIP : 19630317 199201 1 001

Penguji I



Dr. Handriyotopo, S.Sn., M.Sn.
NIP :197112282001121001

Penguji II



Prof. Dr. Ir. Drs. Syafandi, M.Sc.
NIP :0313105601

Penguji III



Dr. Margana, M.Sn
NIP :196006121991031001

Penguji IV



Dr. Ahmad Akmal, M.Pd.
NIP :19620202 198609 1 001

Penguji V



Prof. Dr. Sarjon Defit, S.Ko., M.Sc

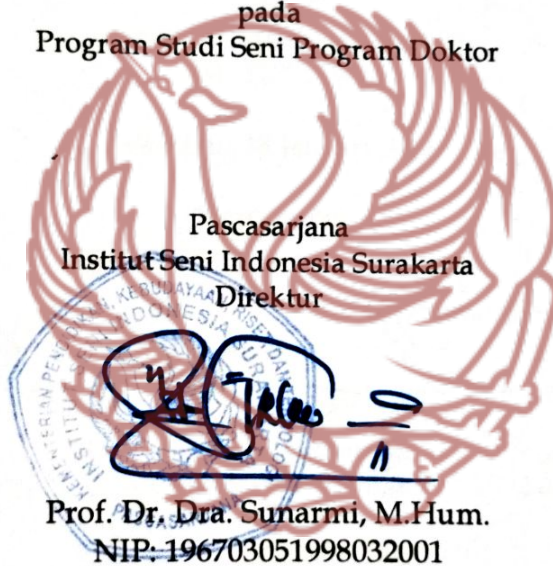
PENGESAHAN

DISERTASI

DESAIN IDENTITAS VISUAL BRAND UNTUK MEMPERKUAT CITRA DESA PANDAI SIKEK, KECAMATAN X KOTO, KABUPATEN TANAH DATAR, SUMATRA BARAT

Telah diterima sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Doktor
pada
Program Studi Seni Program Doktor

Pascasarjana
Institut Seni Indonesia Surakarta
Direktur



Prof. Dr. Dra. Sunarmi, M.Hum.
NIP: 196703051998032001

ABSTRAK

Desain Identitas *Visual Brand* untuk Memperkuat Citra Desa Pandai Sikek, Kecamatan X Koto, Kabupaten Tanah Datar, Sumatra Barat

Oleh

Riki Iskandar

NIM: 203121006

(Program Studi Seni Program Doktor)

Penelitian ini membahas tentang perancangan desain identitas *Visual brand* untuk memperkuat citra yang diterapkan pada Desa Pandai Sikek di Kecamatan X Koto, Kabupaten Tanah Datar, Sumatra Barat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendalami konsep *visual* yang digunakan, model artistik dalam struktur bentuk karya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *Desain Thinking*, serta relevansi karya dalam teori *Branding Management* dan AISAS. Konsep dasar *visual* diterapkan dalam proses perancangan logo, perancangan Graphic System Manua (GSM), dan Aplikasi logo pada berbagai media branding termasuk salah satunya adalah video promosi (identitas *visual brand*). Model artistik dalam struktur bentuk karya dijelaskan melalui pemilihan elemen *visual* yang terdiri dari visualisasi alam desa Pandai Sikek, Masyarakat, Budaya, Motif songket, dan Motif Ukiran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan model artistik yang memadukan unsur tradisional dengan nuansa lokal. Penelitian ini memberikan kontribusi baru terhadap pemahaman praktik *visual* pada tingkat desa, khususnya dalam konteks lokal Kabupaten Tanah Datar. Keberhasilan strategi *visual* Desa Pandai Sikek dapat dijadikan referensi untuk pengembangan *visual* desa atau kawasan wisata serupa di berbagai daerah.

Kata kunci: Desa Pandai Sikek, *visual*, model artistik, identitas lokal, Kabupaten Tanah Datar, Sumatra Barat.

ABSTRACT

Visual Brand Identity Design to Strengthen the Image of Pandai Village Sikek, X Koto District, Tanah Datar Regency, West Sumatra

By

Riki Iskandar

NIM: 203121006

(Master's Program in Arts Study Program)

This research discusses the design of a visual brand identity design to strengthen the image applied to Pandai Sikek Village in X-Koto District, Tanah Datar Regency, West Sumatra. The aim of this research is to explore the visual concepts used, artistic models in the structure of the work. The research method used is the Design Thinking method, as well as the relevance of work in Branding Management and AISAS theory. Basic visual concepts are applied in the logo design process, Graphic System Manual (GSM) design, and logo applications in various branding media, including promotional videos (brand visual identity). The artistic model in the structure of the work is explained through the selection of visual elements consisting of natural visualizations of Pandai Sikek village, society, culture, songket motifs and carving motifs. The research results show that the use of artistic models combines traditional elements with local nuances. This research provides a new contribution to the understanding of visual practices at the village level, especially in the local context of Tanah Datar Regency. The success of Pandai Sikek Village's visual strategy can be used as a reference for visual development of similar villages or tourist areas in various regions.

Key words: Pandai Sikek Village, visual, artistic model, local identity, Tanah Datar Regency, West Sumatra.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT/Tuhan YME atas segala rahmat dan karuniaNya sehingga dapat terselesaikan Disertasi Karya Seni dengan judul Desain Identitas *Visual Brand* untuk Memperkuat Citra Desa Pandai Sikek, Kecamatan X Koto, Kabupaten Tanah Datar, Sumatra Barat. sebagai salah satu persyaratan akademis dalam rangka menyelesaikan studi di Program Studi Seni Program Doktor Pascasarjana Institut Seni Indonesia Surakarta.

Disertasi ini dijabarkan tentang desain *brand* Desa Pandai Sikek yang diwujudkan dalam bentuk logo serta diaplikasikan pada media masa sebagai bentuk wujud *visual* yang dapat mewakili Desa pandai sikek.

Atas keberhasilan dalam penulisan disertasi ini ini disampaikan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Prof. Dr. Drs. Guntur, M.Hum dan Dr. Agung Eko Budiwaspada, M.Sn, selaku dosen promotor yang telah memberikan petunjuk, koreksi serta saran hingga terwujudnya disertasi ini.

Terimakasih dan penghargaan juga disampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Dra. Sunarmi, M.Hum. selaku Direktur Pascasarjana Institut Seni Indonesia Surakarta.

2. Dr. Zulkarnain Mistortoify, M.Hum. selaku Kordinator Program Studi Seni Program Doktor, Pascasarjana Institut Seni Indonesia Surakarta.
3. Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang selaku Instansi yang selalu support.
4. Dr. Hj. Zerni Melmusi, MM., AK., CA. selaku ketua yayasan Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang telah mengizinkan penulis untuk menempuh program doktor di ISI Surakarta.
5. Prof. Dr. Sarjon Defit, S.Kom., M.Sc selaku rektor Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.
6. Prof. Dr. Dharsono, S.Sn., M.Sn (alm) selaku ko promotor II yang di sisa umurnya membantu penulis untuk menempuh program doktor di ISI Surakarta.

Semoga Tuhan memberikan balasan pahala atas segala amal yang telah diberikan dan semoga proposal disertasi ini berguna baik bagi diri kami sendiri maupun pihak lain yang memanfaatkan.

Surakarta, 13 Januari 2024



Riki Iskandar
NIM : 203121006

DAFTAR ISI

| | |
|--|----------|
| COVER..... | i |
| PERNYATAAN | ii |
| PENGESAHAN | iii |
| PERSETUJUAN | iv |
| PENGESAHAN | v |
| ABSTRAK..... | vi |
| ABSTRACT | vii |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| | |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 8 |
| C. Tujuan dan Manfaat Penciptaan..... | 9 |
| 1. Tujuan Penciptaan..... | 9 |
| 2. Manfaat Penciptaan..... | 9 |
| D. Objek Penciptaan | 10 |
| E. Wujud Penciptaan | 13 |
| 1. Desain Logo | 14 |
| 2. Guiding Standard Manual (GSM) | 14 |
| 3. Aplikasi logo pada media branding | 15 |
| F. Tinjauan Pustaka..... | 17 |
| 1. Identitas visual..... | 26 |
| 2. Brand, visual, brand identity, dan brand image..... | 28 |

| | |
|--|------------|
| 3. Khalayak Sasaran..... | 31 |
| BAB II..... | 34 |
| METODE PENCIPTAAN SENI..... | 34 |
| A. Metode Penciptaan..... | 34 |
| 1. Desain Thingking..... | 35 |
| 2. Branding Management..... | 44 |
| 3. AISAS..... | 58 |
| B. Penetapan Bahan / Materi Penciptaan..... | 64 |
| C. Cara Pengumpulan Bahan / Materi Penciptaan..... | 66 |
| D. Teknis Penyusunan Bahan / Materi..... | 66 |
| BAB III..... | 73 |
| KONSEP IDENTITAS VISUAL BRAND PANDAI SIKEK..... | 73 |
| A. Data Faktual..... | 74 |
| B. Konsep Logo..... | 89 |
| C. Konsep Guiding Standard Manual (GSM)..... | 94 |
| D. Konsep aplikasi logo pada media branding..... | 96 |
| BAB IV..... | 99 |
| BENTUK IDENTITAS VISUAL BRAND PANDAI SIKEK..... | 99 |
| A. Bentuk Logo..... | 100 |
| B. Bentuk Guiding Standard Manual (GSM)..... | 109 |
| C. Bentuk aplikasi logo pada media branding..... | 116 |
| BAB V..... | 123 |
| PENUTUP..... | 123 |
| kesimpulan..... | 123 |
| Saran..... | 127 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1 : kerangka <i>Brand-Visual-Brand Identity-Brand Image</i> | 30 |
| Gambar 2 : Desain Thingking | 35 |
| Gambar 3 : Branding Management | 38 |
| Gambar 4: Branding Management (Build)..... | 44 |
| Gambar 5 : Ideal Costumer, dari aspek Demografi dan Psikografis..... | 49 |
| Gambar 6 : AISAS..... | 60 |
| Gambar 7 : Relevansi 3 metode dengan karya | 64 |
| Gambar 8 : Brainstroming Video..... | 70 |
| Gambar 9: Storyline Video | 72 |
| Gambar 10: Dokumentasi bersama anggota dewan..... | 75 |
| Gambar 11: Dokumentasi Bersama budayawan..... | 76 |
| Gambar 12: Dokumentasi kesanggar | 76 |
| Gambar 13 : Dokumentasi kelokasi penennun | 77 |
| Gambar 14 : Data kunjungan ke Kantor Wali nagari 2022-20223..... | 80 |
| Gambar 15 : Konsep <i>visual</i> Alam..... | 82 |
| Gambar 16 : Konsep visual Masyarakat..... | 84 |
| Gambar 17 : Konsep <i>visual budaya</i> (Tangkuluak) | 86 |
| Gambar 18 : Konsep visual motif songket (Itiak Pulang Patang)..... | 87 |
| Gambar 19 : Konsep visual motif ukiran | 89 |

| | |
|---|-----|
| Gambar 20 : Typography Cinzel | 100 |
| Gambar 21 : typography Radicals | 101 |
| Gambar 22 : typography Montserrat | 101 |
| Gambar 23 : Alternatif Warna..... | 102 |
| Gambar 24: Pengolahan <i>Visual</i> Alam | 103 |
| Gambar 25 : Pengolahan <i>Visual</i> Masyarakat | 104 |
| Gambar 26 : Pengolahan <i>Visual</i> Budaya (wanita)..... | 105 |
| Gambar 27 : Pengolahan <i>Visual</i> Songket..... | 105 |
| Gambar 28 : Pengolahan <i>Visual</i> Ukiran..... | 105 |
| Gambar 29 : sketsa kasar | 106 |
| Gambar 30 : Tiga Alternatif Logo..... | 107 |
| Gambar 31 : Final Logo..... | 108 |
| Gambar 32 : Deskripsi Logo..... | 109 |
| Gambar 33 : GSM..... | 110 |
| Gambar 34 : Warna..... | 111 |
| Gambar 35 : Typografi | 112 |
| Gambar 36 : Logo Grid..... | 113 |
| Gambar 37 : Logo Size..... | 114 |
| Gambar 38 : <i>Black and White</i> | 114 |
| Gambar 39 : Do and Dont Logo..... | 115 |
| Gambar 40 : Logo dan Tagline..... | 115 |

| | |
|---------------------------------------|-----|
| Gambar 41 : Pattern..... | 116 |
| Gambar 42 : Proses Editing | 119 |
| Gambar 43 : Capture Final Media | 120 |
| Gambar 44 : Media Sosial | 122 |
| Gambar 45 : Logo Mockup | 123 |



DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1996. "Measuring Brand Equity Across Products and Markets." *California Management Review* 38 (3): 102-20. <https://doi.org/10.2307/41165845>.
- Aaker, Jennifer L. 1997. "Dimensions of Brand Personality." *Journal of Marketing Research* 34 (3): 347-56. <https://doi.org/10.1177/002224379703400304>.
- Adams, S. & Morioka, N. 2004. *Logo Design Workbook*. United States of America: Library of congress cataloging.
- Adhitya, Gabriel Rico, Alit Kumala Dewi, and I Wayan Nuriarta. n.d. "Perancangan Identitas Visual Pada Media Promosi Event Open Studio 7 Di Florito Studio". *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual* 4 (1): 68-75.
- Adnyana, Gabriel Firsta, and I Nyoman Bernadus. 2021. "Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Barang Kerajinan Tas Tradisional Bali Menggunakan Metode Pieces." *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komputer* Vol. 7 No. (4): 398-404.
- Agarwal, Manoj K., and Vithala R. Rao. 1996. "An Empirical Comparison of Consumer-Based Measures of Brand Equity." *Marketing Letters* 7 (3): 237-47. <https://doi.org/10.1007/BF00435740>.
- Albert, Noel, and Dwight Merunka. 2013. "The Role of Brand Love in Consumer-Brand Relationships." *Journal of Consumer Marketing* 30 (3): 258-66. <https://doi.org/10.1108/07363761311328928>.
- Armanshahr, Arsitektur, Pembangunan Perkotaan, Musim Gugur, and Mehdi Mirmoini. 2018. "Branding Kota Strategis ; Dari Teori Ke Praktek" 11 (24): 97-108.
- Dai, Tianchen, Ji Li, Gül Aktürk, and Jian Jiao. 2022. "The Overlooked Contribution of National Heritage Designation in City Branding and Tourism Management." *Sustainability (Switzerland)* 14 (14): 1-17. <https://doi.org/10.3390/su14148322>.
- Dentsu. 2004. "AISAS." <https://ppmschool.ac.id/model-marketing-aisas/>.
- Dicky Hidayat, Hudaivani Dian Andarini, Wirania Swasty. 2016. "Designing the Interactive Multimedia Learning for Elementary Students Grade 1st-3rd: A Case of Plants (Natural Science Subject)." *International Conference on Information and Communication Technology (ICoICT)*. <https://doi.org/10.1109/ICoICT.2016.7571873>.
- Enmufida, Turmudi, and A. S. Hidayat. 2021. "Study Ethnomathematics: Revealing Mathematics Ideas on Minangkabau Traditional Weaving Songkets in Pandai Sikek." *Journal of Physics: Conference Series* 1806 (1): 1-7. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1806/1/012054>.

- Erza, Elfritri Kurnia, Pawit M. Yusup, and Wina Erwina. 2018. "Komunikasi Budaya Masyarakat Pandai Sikek Dalam Melakukan Transformasi Pengetahuan Lokal." *Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan* 5 (2): 141. <https://doi.org/10.24198/jkip.v5i2.10716>.
- Febriani, Trina, Trina Febriani, Wibi Wijaya, and Felia Siska. 2021. "Nilai Kearifan Lokal Dalam Pemberdayaan Perempuan Pada Songket Pandai Sikek". *Bakaba: Jurnal Sejarah Kebudayaan dan Kependidikan* 9: 25-31. DOI : [10.22202/bakaba.2021.v9i1.5865](https://doi.org/10.22202/bakaba.2021.v9i1.5865)
- Firdaus, Rahmat, Himyar Pasrizal, and Yurma Elsy. 2021. "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus: Bisnis Tenun Songket Pandai Sikek)." *MABIS: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 1 (1): 48-62. <https://doi.org/10.31958/mabis.v1i1.3084>.
- Firmando, Harisan Boni. 2020. "Strategi Adaptasi Pemasaran Kerajinan Tenun Ulos Pada Pasar Tradisional, Modern Dan On Line Di Tapanuli Utara (Studi Di Kota Tarutung)." *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam* 5 (1): 23. <https://doi.org/10.30829/ajei.v5i1.7674>.
- Gito Rustami Raflianda. 2019. "Eksistensi Industri Songket Pandai Sikek." <http://repository.unp.ac.id/28020/>
- Halim, Beatrice Clementia, Diah Dharmayanti, M Si, Dan Ritzky, and Karina M R Brahmana. 2014. "Pengaruh Brand Identity Terhadap Timbulnya Brand Preference Dan Repurchase Intention Pada Merek Toyota." *Jurnal Strategi Pemasaran* 2 (1): 1-11.
- He, Hongwei, Yan Li, and Lloyd Harris. 2012. "Social Identity Perspective on Brand Loyalty." *Journal of Business Research* 65 (5): 648-57. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.03.007>.
- Hidayat, R., Silfeni, Youmil. 2017. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Songket Di Nagari Pandai Sikek Kec.X Koto Kab. Tanah Datar.," 15(2): 1-14.
- Islam, Md. Shariful, and Md. Mahmud Hasan. 2009. "Development Model of Marketing Capabilities and Export Performance of SMEs: A Proposed Study." *European Journal of Business and Management* 10 (22): 107-14. <https://doi.org/10.13140/ejbm.2013.55.65>.
- Ismiati, Dwi, Anung Rachman, Aris Setiawan. 2023. "Ikonisitas Pada Logo Dan Tagline City Branding Kendal Dalam Perspektif Semiotika Visual". *Jurnal Bahasa Rupa* 06 (02): 168-79. DOI: <https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v6i2.1249>
- Isnaniah, Isnaniah, Pipit Firmanti, and M Imamuddin. 2022. "Eksplorasi Konsep Matematika Dalam Tenun Songket Pandai Sikek." *Al-Khwarizmi : Jurnal Pendidikan Matematika Dan Ilmu Pengetahuan Alam* 10 (1): 61-74. <https://doi.org/10.24256/jpmipa.v10i1.1991>.
- Izzati, Fauziana. 2019. "Kain Tenun Songker Dan Fungsi Budayanya Bagi Masyarakat Di Nagari Pandai Sikek". *Archive: Indonesian Journal of*

Visual Art and Design 1: 1-9.

- Jaeger, S. R., Worch, T., Phelps, T., Jin, D., and Cardello, Armand V. 2021. "Effects of 'Craft' vs 'Traditional' Labels to Beer Consumers with Different Flavor Preferences: A Comprehensive Multi-Response Approach". *Food Quality and Preference* 87 (July 2020). <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2020.104043>.
- Jufri, Y., Yasmeari, F. Raid, N., Oldisan, D., Diapepin, M., 2023. "Innovation as Competitiveness in Facing Competition and Developing the Songket Woven Fabric Business in Pandai Sikek Creative Industry." Vol. 3 (2023): The Third International Conference on Innovations in Social Sciences Education and Engineering (ICoISSEE-3)
- Kartika, Devia, and Rima Liana Gema. 2021. "Implementation Fuzzy Logic in System Design for Predicting the Production of Songkets in West Sumatera." *Journal of Physics: Conference Series* 1933 (1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1933/1/012025>.
- Lund, Niels Frederik, Cohen, Scott A., and Scarles, Caroline. 2018. "The Power of Social Media Storytelling in Destination Branding," *Journal of Destination Marketing & Management* 8: 271-280. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.05.003>
- Mahfudz, Hammam Alwi, and O Hasbiansyah. 2023. "Strategi Branding Startup Kreatif Indonesia Dalam Membangun Brand Image," *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi* 3(1): 59-65.
- Maurya, Upendra Kumar, and P. Mishra. 2012. "What Is a Brand? A Perspective on Brand Meaning." *European Journal of Business and Management* 4 (3): 122-34. <http://www.iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/view/1322>.
- Meilani. 2013. "Teori Warna: Penerapan Lingkaran Warna Dalam Berbusana". *Humaniora* 4 (1): 326-38. DOI:[10.21512/humaniora.v4i1.3443](https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3443)
- Mohamad, Bahtiar, Raji Ridwan Adetunji, Ghadah Alarifi, Ahmed Rageh Ismail, and Muslim Diekola Akanmu. 2022. "A Visual Identity-Based Approach of Southeast Asian City Branding: A Netnography Analysis." *Journal of ASEAN Studies* 10 (1): 24-42. <https://doi.org/10.21512/jas.v10i1.7330>.
- Muhammad Nastain. 2017. "Branding Dan Eksistensi Prodak" *Channel* 5(1): 14-26.
- Multi, Rizki, Kadek Ayu, and Melyana Febrianti. 2021. "Perancangan Poster Digital Pada Objek Wisata Untuk Promosi Taman Edelweis Dimasa Pandemi Covid-19." *Sandi : Seminar Nasional Desain* 1: 173-79.
- Muryanti, Ni Luh, Gloria Virginia, Budi Susanto, and Umi Probeykti. 2021. "Pembangunan Model Pengetahuan Kerajinan Tradisional

- Indonesia Dengan Pendekatan On-To-Knowledge." *Jurnal Terapan Teknologi Informasi* 4 (2): 65-75. <https://doi.org/10.21460/jutei.2020.42.196>.
- Ni Ayu Komang Astiti. 2017. "Kerajinan Tradisional Bali sebagai Elemen Budaya dan Dayatarik Wisata". *Jurnal Kepariwisata Indonesia*. 12(1): 1-24. DOI: <https://doi.org/10.47608/jki.v12i12017.1-24>
- Nova, Siska Mitria, Mutia Kahanna, and Wirda Hayani. 2022. "Strategi Komunikasi Pemasaran Songket Pandai Sikek Pada Pandemi Covid-19" 2 (1): 31-42.
- Oscario. 2013. "Summary Changes in 2013 IEEE/IEC Dual Logo COMTRADE Standard." Vol. 07.
- Novia Sisca Haryani, Handriyotopo. 2022. "Kajian Pelestarian Songket Pandai Sikek" *Deskovi: Art and Design Journal* 5(1): 76-78. DOI: <https://doi.org/10.51804/deskovi.v5i1.1772>
- Pranata, Heru, 2022. "Analisis Potensi Pengembangan Nagari Pandai Sikek Kabupaten Tanah Datar Sebagai Desa Wisata Kerajinan Songket" *Archive* 7(1): 34-43. DOI: <https://doi.org/10.36982/jsdb.v7i1.2580>
- R. Margaret Slythe. 1750. *The Art of Illustration*. First Editon. London: Library Association.
- Riza, Müge, Naciye Doratli, and Mukaddes Fasli. 2012. "City Branding and Identity." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 35: 293-300. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.02.091>.
- Rosadi, Adi, Muh Hasan Marwiji, and Dodi Supiyandi. 2022. "Peningkatan Pendapatan Umkm Masyarakat Desa Dengan Menerapkan Metode Branding Dan Pemasaran Melalui Media Sosial Masa Pandemi Covid-19." *Pastabiq : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1 (1): 11-16. <https://doi.org/10.56223/pastabiq.v1i1.2>.
- Santoso, Denny. 2020. "Shorts." Indonesia. <https://www.youtube.com/watch?v=gGAA5gxzRoE&t=574s>.
- Sari, Novita. 2019. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kerajinan Tradisional Jambi (Studi." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53 (9): 1689-99.
- Sayatman, Bambang Mardiono, dan Naufan Noordyanto. 2021. "Pengembangan Konsep Brand Identity Dan Visual System ITS Yang Lebih Terintegrasi". *Idea: Jurnal Desain* 20 (1): 10-15. DOI: http://dx.doi.org/10.12962/iptek_desain.v20i1.9329
- Setiyani, Meita Sari. 2020. "Pengembangan Desa Kalibagor Banyumas Sebagai Desa Sentra Wisata Kerajinan Payung Kertas Tradisional". *Khazanah Pendidikan* 14(1): 1-9. DOI: [10.30595/jkp.v14i1.8476](https://doi.org/10.30595/jkp.v14i1.8476)
- Sonata, Fifin. 2020. "Pemanfaatan Metode Prototype Dalam Perancangan Daerah Pemerintah Kota Medan Prototype Dalam Perancangan Daerah Pemerintah Kota Medan." *Jurnal Pembangunan Perkotaan* 8 (1): 15-22.

- Sugiyama, Kotaro & Andree, Tim. 2011. *The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from the World's Most Innovative Advertising Agency*. New York: McGraw-Hill. <https://lccn.loc.gov/2010025379>.
- Surianto Rustan. 2020. *Layout*. Jakarta: Nulisbuku Jendela Dunia.
- Suyikno, Edi, and R Suharso. 2016. "Perkembangan Kerajinan Batik Tradisional Di Desa Bakaran Kecamatan Juwana". *Journal of Indonesian History* 5 (1): 18-25.
- Syari, Finanda Purnama. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Toko Nelvi Songket Pandai Sikek Dan Silungkang Terhadap Loyalitas Konsumen." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 5 (3): 8464-71.
- Wahdaniah, Infra, Ahmad Toni, and Rajab Ritonga. 2020. "Makna Logo Dinas Penerangan Tentara Nasional Indonesia Angkatan Laut." *Warta ISKI* 3 (01): 67-74. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v3i01.57>.
- Wirawan, Denny, Peni Pratiwi, and Birmanti Setia Utami. 2019. "Perancangan Brand Identity Band Cool And The Gang." *Jurnal Imajinasi* 8 (1): 57-68. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/imajinasi/article/download/21925/9738>.
- Yandri. 2014. "Tenun Songket Pandai Sikek Dalam Budaya Masyarakat Minangkabau." *Humanus: Jurnal Ilmiah Ilmu Humaniora* 13(1): 28-34. DOI: <https://doi.org/10.24036/jh.v13i1.4094>
- Yuliana, Yayuk. 2018. "Penyuluhan Pemasaran Produk Kerajinan Tangan Tradisional Anyam-Anyaman Di Desa Batu Jong-Jong Kecamatan Bahorok Kabupaten Langkat." *Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2 (1): 156-60. <https://doi.org/10.32696/ajpkm.v2i1.108>.