

PELATIHAN PENGAPLIKASIAN LOGO SEBAGAI IDENTITAS VISUAL PADA MEDIA PROMOSI UMKM DULANGKU.ID PALEMBANG

Yosef Yulius^{1*}, Hestia Rachmat
Nunciata Lubis²

¹⁾ Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Indo Global Mandiri

²⁾ Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Indo Global Mandiri

Article history

Received : 30 November 2023

Revised : 1 Desember 2023

Accepted : 24 Desember 2023

*Corresponding author

Yosef Yulius

Email : yosef_dkv@uigm.ac.id

Abstrak

Seiring meningkatnya perkembangan digital marketing, para penggiat usaha harus bisa menerapkan promosi secara digital mulai dari penggunaan logo sebagai merek identitas usaha hingga pengaplikasian logo pada kemasan produk dan media promosi cetak maupun digital. Penggunaan logo sebagai identitas visual merupakan salah satu aspek yang perlu menjadi perhatian agar target sasaran mudah mengenali dan mengidentifikasi suatu merek. Dulangku.id merupakan salah satu penggiat usaha di bidang kuliner yang menjual produk kue tradisional yang dikemas dalam media promosi dengan kearifan lokal. Identitas visual menjadi suatu problematika yang dihadapi oleh para penggiat usaha kecil menengah, karena pada umumnya secara manajerial belum adanya divisi promosi dan desain grafis. Penggunaan logo sebagai identitas visual belum menjadi perhatian khusus, hal ini berdampak pada kelangsungan citra sebuah penggiat usaha dalam pandangan publik. Berdasarkan hal tersebut Dulangku.id berusaha membangun identitas visual dengan melakukan pelatihan kolaboratif dengan tim pengabdian masyarakat tentang pengaplikasian logo pada media promosi yang baik. Pelatihan ini dilaksanakan dengan menggunakan metode *design thinking* lima tahap. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah mengedukasi mitra PKM yakni Dulangku.id yang dimana baru memiliki logo, agar mampu memahami akan pentingnya pengaplikasian logo sebagai identitas usaha yang baik dan benar guna mendongkrak penghasilan dari penjualan produk. Dari kegiatan ini dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini menjadi sarana pembelajaran ilmu desain komunikasi visual pada masyarakat awam terkait pemahaman dasar akan logo.

Kata Kunci: Logo; Identitas Visual; Desain Komunikasi Visual; Aplikasi Logo; Media Promosi

Abstract

As the development of digital marketing increases, business activists must be able to implement digital promotions, starting from using logos as business identity brands to applying logos to product packaging and printed and digital promotional media. Using a logo as a visual identity is one aspect that needs attention so that targets can easily recognize and identify a brand. Dulangku.id is a business activist in the culinary sector who sells traditional cake products packaged in promotional media with local wisdom. Visual identity is a problem faced by small and medium business activists because, generally, managerially, there is no promotion and graphic design division. Using a logo as a visual identity has been a minor concern; this impacts the continuity of the image of a business activist in the public eye. Based on this, Dulangku.id tries to build a visual identity by conducting collaborative training with the community service team regarding applying logos in good promotional media. This training was carried out using the five-stage design thinking method. This community service activity aims to educate PKM partners, namely Dulangku.id, which has just had a logo, so they can understand the importance of applying a logo as a good and correct business identity to increase income from product sales. Ultimately, this activity can be concluded as a means of learning the science of visual communication design for ordinary people regarding the basic understanding of logos.

Keywords: Logo; Visual Identity; Visual Communication Design; Logo Application; Promotional Media

Copyright © 2024 Yosef Yulius & Hestia Rachmat Nunciata Lubis

PENDAHULUAN

Logo merupakan suatu identitas visual yang pada umumnya tersusun kedalam dua bagian yaitu logogram yang merupakan icon dan logotype yang merupakan teks dengan susunan font tertentu. (Yulius, 2021), sebagai sebuah identitas visual logo hendaknya dirancang dengan sebaik-baiknya sebagai cerminan perusahaan/lembaga/instansi, hal tersebut dapat terlihat dari visualisasi yang selaras dengan visi misi baik itu bentuk dan warna (Supardianto, 2023). Logo sebagai identitas visual pada umumnya harus mampu diterapkan kedalam seluruh media di dalam perusahaan tersebut, hal ini dimaksudkan agar logo sebagai identitas visual dapat dikenali oleh target sasaran ataupun masyarakat yang berinteraksi dengan produk yang dihasilkan baik itu secara komersial maupun yang sifatnya promosi. (Rahman & Budiwirman, 2021) Agar tersampaikan dengan baik suatu logo harus disertai dengan panduan standar penggunaan logo atau biasanya disebut sebagai *graphic standar manual (GSM)* (Apsari et al., 2023). Penggunaan dan pembacaan akan GSM logo tidak begitu saja mudah dipahami oleh pemilik perusahaan atau *stake holder*, maka dari itu perlu adanya pendampingan dalam proses pengaplikasian logo berdasarkan GSM agar logo dapat terpublikasi dengan baik dan konsisten terutama dalam membangun sistem identitas (Aulia et al., 2021).

Penggunaan logo yang baik merupakan hal yang perlu dipahami oleh suatu lembaga, perusahaan, ataupun penggiat usaha mulai dari usaha kecil menengah sampai penggiat usaha kalangan atas (Arwendha et al., 2019). Pada umumnya pemahaman atas pengaplikasian logo akan lebih mudah diterapkan pada penggiat usaha kalangan atas dikarenakan logo yang dibuat biasa sudah dijelaskan dan dipaparkan secara rinci oleh perancang/desainer grafisnya, dikarenakan harga yang dibayarkan pada sebuah logo telah mencakup secara keseluruhan. Pada penggiat usaha kecil menengah (UMKM) biasanya proses pemesanan suatu logo disesuaikan dengan anggaran usaha, hal ini menyebabkan banyaknya ketidakpahaman penggiat usaha akan bagaimana cara mengaplikasikan logo secara baik dan benar (Wahmuda & Junaidi Hidayat, 2020). Berdasarkan hal tersebut tim pengabdian masyarakat dari program studi Desain Komunikasi Visual Universitas Indo Global Mandiri berusaha untuk mendekati diri dengan penggiat usaha yang memiliki logo sebagai identitas visual dalam memaksimalkan pengaplikasian logo secara baik dan benar, yang pada kesempatan ini dilangsungkan pada mitra yakni Dulangku.id yang merupakan salah satu penggiat usaha kuliner lokal di kota Palembang yang memproduksi kue-kue tradisional serta jajanan pasar.

Berdasarkan pemantauan awal, tim PKM mendapatkan info bahwa Dulangku.id baru saja memiliki logo (sebelumnya tidak ada logo), dengan tidak adanya logo maka Dulangku.id merasa sulit dikenali keberadaannya oleh masyarakat. Menurut Dulangku.id alasan pembuatan logonya adalah karena saat ini mereka memerlukan suatu visualisasi identitas yang mampu mewakili citra perusahaan mereka sebagai penggiat usaha yang bergerak di bidang kuliner dengan produk unggulan Kue Putu Ayu agar bisa lebih dikenal oleh masyarakat kota Palembang yang tentunya sangat berpengaruh positif kepada penjualan mereka yang semakin meningkat, serta *positioning* terhadap pasar dan kompetitor. Menurut Dulangku.id semakin dikenali logo perusahaan secara tidak langsung perusahaan akan semakin terkenal di mata masyarakat, terutama di media digital yang selama ini mereka gunakan untuk mempromosikan kegiatan produk mereka. Dan berdasarkan hal tersebut ditemukan beberapa hal yang menjadi fokus kegiatan pengabdian masyarakat pada Dulangku.id yakni adalah permasalahan tentang bagaimana mengaplikasikan atau menerapkan logo pada media yang dimiliki seperti kotak kemasan, kartu ucapan, seragam, apron, labeling, dan media sosial yang baik dan benar berdasarkan aspek keilmuan desain komunikasi visual meliputi bagaimana cara mengaplikasikan warna logo pada setiap media, cara menerapkan jarak logo dengan teks informasi, cara mengatur ukuran logo yang presisi dan tidak distorsi, serta aturan yang dilarang dalam penggunaan logo. Hal-hal tersebut merupakan indikator-indikator yang mempengaruhi keberhasilan suatu logo agar mudah dikenali secara baik dalam pandangan masyarakat terhadap citra suatu perusahaan/penggiat usaha (Sari & Wardoyo Putro, 2021).

Berdasarkan hal tersebut, diperlukan adanya suatu pelatihan terkait pengaplikasian logo perusahaan terhadap peningkatan kualitas brand dan peningkatan penjualan dari produk yang dipasarkan, yang pada

studi kasus ini adalah Dulangku.id. Hal ini disebabkan pada umumnya staff karyawan yang dimiliki Dulangku.id belum pernah mendapatkan pemahaman terkait bidang keilmuan desain komunikasi visual terutama cara pengaplikasian logo yang baik dan benar. Proses kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan adalah "Pelatihan Pengaplikasian Logo pada media Dulangku.id" yang dilaksanakan selama satu hari Sabtu pada tanggal 11 Februari 2023, di Jalan Sukabangun 2 no 2299, Palembang Sumatera Selatan, Indonesia.

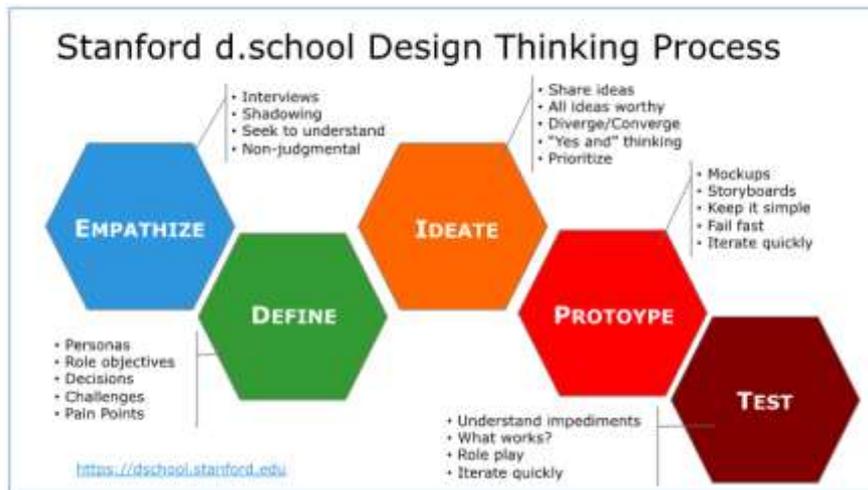
Aspek keilmuan desain komunikasi visual (DKV) digunakan dalam kegiatan ini dikarenakan bidang keilmuan DKV merupakan suatu pemecah masalah yang melingkupi bidang perancangan visual mulai dari identitas visual hingga media visual berbasis desain grafis. Desain komunikasi visual merupakan suatu ilmu yang membahas aspek-aspek komunikasi yang disertai tampilan kreatif melalui berbagai media yang berguna sebagai penyapai pesan beserta ide dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tipografi, serta komposisi warna dan layout/tata letak visual. (Rotama, 2022). Dengan demikian gagasan dan ide bisa diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi sasaran penerima pesan" (Kusrianto, 2007). Pada kegiatan pelatihan ini metode yang dipakai adalah metode *design thinking* (metode berfikir desain) yang tersaji secara sederhana yang menitikberatkan pada aspek komunikasi dan visual yang diungkap secara teori dan praktik teknis langsung dengan media cetak *Graphic Standar Manual* (GSM).

Target yang ingin dicapai dari kegiatan PKM ini adalah memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada karyawan Dulangku.id agar dapat mengaplikasikan logo Dulangku.id ke dalam setiap media promosi secara baik dan benar, serta karyawan Dulangku.id secara tidak langsung dapat memahami citra visual dari logo sesuai dengan karakteristik Dulangku.id agar mampu menarik perhatian masyarakat (Everlin & Erlyana, 2020). Capaian yang ditargetkan dari kegiatan PKM ini antara lain yaitu karyawan Dulangku.id antusias selama menjalani kegiatan pelatihan. Diharapkan kegiatan PKM ini dapat dilaksanakan secara berkelanjutan agar dapat meningkatkan kualitas dari bentuk pengaplikasian logo terhadap media promosi yang selalu mengalami perkembangan dan trend jaman baik ditinjau dari sisi pengaplikasian secara digital, media cetak, dan perkembangan trend gaya desain dari masyarakat yang merupakan konsumen Dulangku.id.

METODE PELAKSANAAN

Dalam kegiatan PKM ini, metode yang digunakan adalah metode berpikir desain / *Design Thinking*. Menurut Ensiklopedi Indonesia, metodologi merupakan ilmu tentang cara atau langkah dalam menganalisa sesuatu yang baru (Negoro., 1990). Maka dari itu metode dapat diartikan sebagai suatu cara atau langkah-langkah yang dilakukan sebagai cara untuk menyelesaikan suatu permasalahan (*problem solving*) (Patriansah & Yulius, 2021). Metode berpikir desain atau biasa disebut sebagai *design thinking* merupakan metode yang digunakan dalam suatu pemecahan masalah, yang dalam prosesnya *design thinking* bersifat *human centered* atau dipusatkan dan diperuntukkan pada manusia.

Dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini, metode *design thinking* yang dipakai merupakan metode *design thinking* lima tahap yang pelopori oleh Tim Brown sebagai terminologi di Harvard Business Review yang dikembangkan oleh Stanford d.school (Yulius & Pratama, 2021). Penggunaan metode *design thinking* dirasakan sesuai karena kegiatan ini dikerjakan dalam sudut pandang desain komunikasi visual yang secara fungsi dan hakikat merupakan bidang ilmu yang menjadi suatu pemecah masalah komunikasi melalui perancangan visual. Dalam kegiatan PKM ini, permasalahan yang dirumuskan adalah diperlukannya pemahaman akan wawasan dasar desain komunikasi visual, dan teknik pengaplikasian logo berdasarkan sudut pandang desain komunikasi visual dalam mempublikasikan media promosi yang disertai identitas visual Dulangku.id oleh karyawan yang mengurus media perusahaan yang memiliki logo. Setiap hal dan permasalahan teknis dalam kegiatan ini didasarkan dari masukkan dari pemilik Dulangku.id setelah memiliki logo namun belum memahami bagaimana cara memperlakukan logo tersebut secara baik dan benar.



Gambar 1. Alur Metode Perancangan Design Thinking Model Stanford d.school

Kegiatan pengabdian ini diberikan kepada karyawan Dulangku.id yang dibagi kedalam lima tahap yaitu: 1) *Empathize* (Tahapan Persiapan Awal); 2) *Define* (Tahapan Proses Analisa dan *Brainstorming*); 3) *Ideate* (Tahapan Penyusunan Konsep Kreatif dan Konsep Media); 4) *Prototype* (Tahapan Proses Perancangan); 5) *Test* (Tahapan Evaluasi Kegiatan). Adapun rincian dari metode yang digunakan dapat dilihat pada diagram berikut (gambar 2).

HASIL PEMBAHASAN

Proses pelaksanaan PKM dijalankan dengan lima tahapan berdasarkan metode *design thinking*, mulai dari proses awal hingga akhir kegiatan, yang pada pelaksanaannya tertuang sebagai berikut.

Empathize (Persiapan Awal, Tahapan Pengenalan dan Pemetaan Permasalahan)

Sebagai tahapan awal dari kegiatan PKM, tim PKM Universitas Indo Global Mandiri melakukan diskusi dengan mitra yakni Dulangku.id guna mengetahui beberapa hal yang menjadi permasalahan dalam perusahaan yang dapat tim PKM berikan dan sesuaikan dengan bidang ilmu desain komunikasi visual (DKV). Hal ini adalah proses analisa awal yang pada akhirnya akan ditemukan topik PKM yang akan berfokus pada cara memberikan pemahaman akan pengaplikasian logo yang baik benar. Pada tahapan kedua tim PKM dan mitra menyepakati tanggal kegiatan, kebutuhan teknis, lokasi hingga materi yang akan dipaparkan pada kegiatan PKM. Kegiatan PKM akan dilangsungkan selama satu hari yaitu pada tanggal 11 Februari 2023 yang dihadiri oleh 12 peserta yang merupakan karyawan Dulangku.Id. Pelaksanaan kegiatan pengabdian berlangsung di Jl. Sukabangun 2 no 2299 Palembang.



Gambar 3. Kegiatan Pelatihan Pengaplikasian Logo Dulangku.id



Gambar 2. Kerangka Pengabdian

Define (Proses Analisis)

Pada Tahapan *define* di kegiatan PKM ini, tim memberikan contoh hasil printing Graphic Standar Manual kepada karyawan Dulangku.id untuk dibaca dipelajari secara singkat berdasarkan aspek keilmuan Desain Komunikasi Visual. Desain Komunikasi Visual dapat didefinisikan sebagai suatu landasan yang mampu mengidentifikasi suatu logo mulai dari filosofi hingga pengaplikasian. Pada Akhir sesi ini kegiatan PKM diakhiri dengan sesi diskusi tentang dasar-dasar ilmu Desain Komunikasi Visual sederhana bagi masyarakat awam.

Ideate (Proses Penuangan Gagasan)

Pada tahapan *Ideate*, tim PKM mulai masuk kedalam metode pelatihan pengaplikasian logo Dulangku.id secara manual. Tim pengabdian membawa lembaran cetak logo Dulangku.id dengan berbagai ukuran dan warna untuk dapat peserta coba terapkan ke berbagai bentuk media kemasan, media promosi, dengan berbagai ukuran dan latar belakang warna yang berbeda-beda. Pada Sesi ini, tim pengabdian juga membawa contoh-contoh logo yang pengaplikasiannya salah/tidak sesuai dengan kaidan keilmuan desain komunikasi visual seperti logo yang distorsi, logo yang buram, logo yang berubah warna dan tipografi (Febriani et al., 2022). Hal ini dimaksudkan agar peserta kegiatan menjadi tahu bagaimana bentuk logo yang benar dan salah, agar pada kesempatan selanjutnya peserta menjadi lebih mudah untuk memahami bentuk pengaplikasian logo Dulangku.id.



Gambar 4. Kegiatan Pelatihan Pengaplikasian Logo Dulangku.id

Prototype (Proses Pengaliksaan Media Logo)

Setelah pada sesi *Ideate* para peserta kegiatan pengabdian diberikan wawasan dasar akan teori dasar desain komunikasi visual dan pemahaman akan logo yang baik dan benar pada kesempatan ini, peserta akan diarahkan untuk mencoba menerapkan sampling logo kedalam media promosi yang ada seperti kemasan kotak makanan Dulangku.id, kartu ucapan, penerapan dalam seragam seperti kaos dan apron, serta akun media sosial Dulangku.id. Dalam proses ini, pelatihan dilaksanakan dengan cara manual dengan media printing dengan teknik gunting dan tempel. Peserta mulai memotong hasil cetakan logo yang berupa stiker sesuai dengan ketentuan sebuah GSM secara mendetail, lalu menempel stiker logo pada kemasan kotak makanan. Para peserta sangat bersemangat dan dapat mengimplementasikan gagasan dan konsep kreatif dari sebuah logo ke dalam media-media dengan komposisi yang baik dan benar. Selain itu para karyawan diajarkan untuk melakukan proses cetak logo dengan menggunakan printer dari laptop yang tersedia di Dulangku.id pada media kertas sebagai label kartu ucapan untuk mengetahui tingkat keberhasilan proses pengaplikasian logo yang tidak mengalami distorsi bentuk.



Gambar 5. Kegiatan Pelatihan Pengaplikasian Logo Dulangku.id

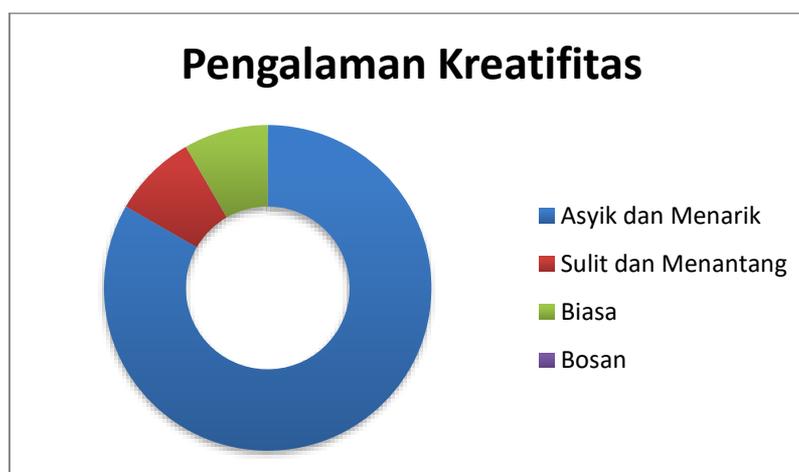
Test (Publikasi dan Evaluasi)

Setelah proses penempelan stiker pada berbagai media dilakukan oleh para peserta PKM, selanjutnya hasil dari *prototype* diperlihatkan kepada pemilik dari Dulangku.id untuk selanjutnya diberi masukan kritik dan saran mengenai seberapa paham para karyawan mampu memahami fungsi logo sebagai media publikasi. Proses pemahaman bentuk logo beserta pengaplikasiannya secara tidak langsung dapat menunjukkan loyalitas dan kecintaan karyawan terhadap tempat usaha yang sedang mereka geluti. Pemilik perusahaan bisa melihat kesungguhan para karyawan dalam mengaplikasikan logo karena pada akhirnya suatu produk akan dilihat oleh para konsumen sebagai bentuk citra dari sebuah perusahaan.

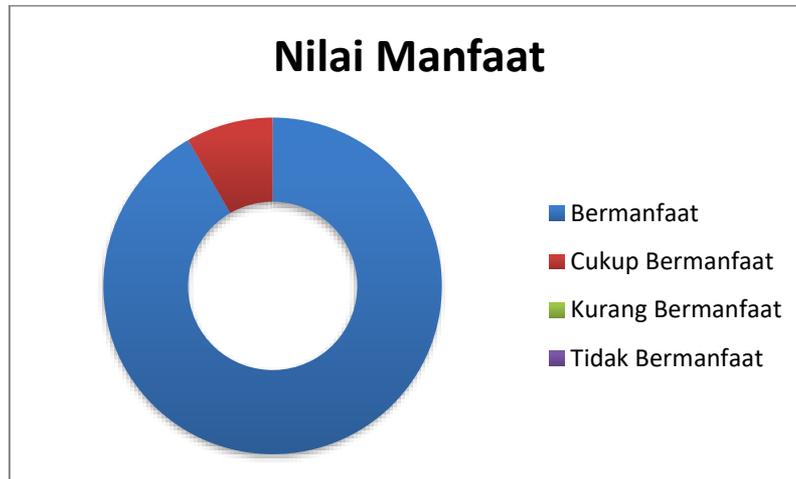


Gambar 6. Kegiatan Pelatihan Pengaplikasian Logo Dulangku.id

Pada tahap ini tim PKM menemukan adanya permasalahan dan hambatan yang menjadi evaluasi dalam proses pengaplikasian logo hingga respon dari pemilik seperti kualitas gambar yang pecah saat melakukan pencetakan label logo dikarenakan kesalahan dalam mengatur ukuran logo oleh peserta. Setelah mengetahui permasalahan, seluruh hasil kegiatan PKM diperiksa ulang oleh tim PKM dan setelahnya mitra diberikan masukan secara mendetail terutama kepada setiap peserta yang terlibat. Hal ini dilakukan agar para peserta memiliki standar tolak ukur logo yang siap terpublikasikan pada berbagai media. Dan di akhir kegiatan ini, peserta PKM diarahkan untuk melakukan pengisian kuesioner dari *google form yang disediakan*. Penyebaran kuesioner dilakukan agar tim PKM mendapatkan umpan balik seperti nilai manfaat, pengalaman kreatifitas, dan semangat berkegiatan seperti pada gambar berikut.



Gambar 7. Diagram Respon Pengalaman Kreatifitas Kegiatan PKM



Gambar 8. Diagram Respon Nilai Manfaat Kegiatan PKM



Gambar 9. Diagram Respon Semangat dalam Kegiatan PKM

KESIMPULAN

Secara keseluruhan rangkaian kegiatan pelatihan Pelatihan Pengaplikasian Logo Dulangku.id Sebagai Identitas Visual Pada Media Promosi UMKM telah usai dan mampu diselenggarakan dengan lancar sesuai dengan capaian dan tujuan yang sudah dirumuskan. Berdasarkan hasil kusioner yang tersebar, pada umumnya para peserta PKM memberikan nilai yang positif. Hal ini dapat dilihat dari tingginya rasa semangat peserta. Dari sisi pengalaman kreatifitas, peserta PKM mendapatkan wawasan yang baru dan mampu untuk memahami bagaimana cara mengaplikasikan logo yang baik dan benar, yang sebelumnya banyak ditemukan bentuk pengaplikasian logo yang distorsi menjadi presisi dan sesuai. Melalui kegiatan PKM ini, pemilik Dulangku.id merasa cukup puas karena setiap karyawan yang terlibat menjadi memiliki wawasan tentang dasar-dasar keilmuan desain komunikasi visual dan mampu memahami bagaimana cara mengaplikasikan dan menempatkan logo dalam media-media yang dimiliki sesuai dengan harapan di awal. Kesuksesan kegiatan ini tidak terlepas dari proses kerjasama seluruh pihak dari awal hingga akhir. Persiapan yang dilakukan oleh tim PKM dari Universitas Indo Global Mandiri Palembang merupakan salah satu faktor keberhasilan dari kegiatan PKM ini, yang telah mensurvei awal untuk menentukan pokok permasalahan serta melakukan koordinasi kepada mitra pengabdian.

PUSTAKA

- Apsari, D., Wibisono Tegar Guna Putra, & Lingga Agung. (2023). Perancangan Standar Manual Grafis dan Pengimplementasiannya pada Visual Kedai Kopi Binaan Komunitas Ambeu Preanger Pangalengan di Kecamatan Pangalengan. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v7i2.10172>
- Arwendha, P., Ardiyanto, D. T., & Bahari, N. (2019). PERAN LOGO UMBUL SIBLARAK DALAM BILLBOARD WISATA UMBUL SIBLARAK. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL CENDEKIAWAN*. <https://doi.org/10.25105/semnas.v0i0.5865>
- Aulia, F., Afriwan, H., & Faisal, D. (2021). KONSISTENSI LOGO DALAM MEMBANGUN SISTEM IDENTITAS. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*. <https://doi.org/10.24114/gr.v10i2.28131>
- Everlin, S., & Erlyana, Y. (2020). Analisis Perubahan Desain Logo Gojek Tahun 2019. *DESKOMVIS: Jurnal Ilmiah Desain Komunikasi Visual, Seni Rupa Dan Media*. <https://doi.org/10.38010/dkv.v1i1.11>
- Febriani, E., Yojana, R. M., Hetharia, D., & Rambung, R. A. (2022). Perancangan logo produk pada usaha mikro kecil dan menengah di Kabupaten Bogor. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v5i3.15003>
- Kusrianto, A. (2007). Pengantar Desain Komunikasi Visual. In *Bab 2*.
- Negoro., A. (1990). *Ensiklopedi nasional Indonesia Volume 14*. Jakarta : PT. Cipta Adi Pustaka.
- Patriansah, M., & Yulius, Y. (2021). Upaya Meningkatkan Perekonomian Warga Desa melalui Pelatihan Kerajinan Bunga dari Akar Kayu. *Abdimas Mahakam Journal*, 5(01), 58–66.
- Rahman, F., & Budiwirman, B. (2021). Visual Identity Kurnia Furniture Kota Payakumbuh. *DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual*. <https://doi.org/10.24036/dekave.v11i4.114756>
- Rotama, H. (2022). OPTIMASI TINGKAT KETERBACAAN VISUAL MELALUI REDESAIN LOGO OPACITY PHOTOGRAPY. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*. <https://doi.org/10.24114/gr.v11i2.39833>
- Sari, S. L., & Wardoyo Putro, P. U. (2021). JAJANAN TRADISIONAL GO ONLINE: SOSIALISASI MARKET PLACE BAGI PELAKU UMKM JAJANAN TRADISIONAL DI DESA TEMPURSARI KABUPATEN MADIUN. *Jurnal Berdaya Mandiri*. <https://doi.org/10.31316/jbm.v3i1.1345>
- Supardianto, S. (2023). Perancangan Corporate Identity dan Graphic Standar Manual Pada Polibatam Software Team. *JOURNAL OF APPLIED MULTIMEDIA AND NETWORKING*. <https://doi.org/10.30871/jamn.v7i1.5340>
- Wahmuda, F., & Junaidi Hidayat, M. (2020). Redesain Logo dan Media Promosi sebagai. *Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*.
- Yulius, Y. (2021). Pengaplikasian Golden Ratio Pada Perancangan Logo Dalam Perspektif Desain Komunikasi Visual. *Besaung: Jurnal Seni Desain Dan Budaya*. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v3i3.492>
- Yulius, Y., & Pratama, E. (2021). Metode Design Thinking Dalam Perancangan Media Promosi Kesehatan Berbasis Keilmuan Desain Komunikasi Visual. *Besaung: Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 6(2). <https://doi.org/10.36982/jsdb.v6i2.1720>

Format Sitasi: Yulius, Y & Lubis, H.R.N. (2024). Pelatihan Pengaplikasian Logo Sebagai Identitas Visual Pada Media Promosi UMKM Dulangku.la Palembang. *Reswara. J. Pengabdian. Kpd. Masy.* 5(1): 335-344. DOI: <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v5i1.4016>



Reswara: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat oleh Universitas Dharmawangsa Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan dengan Lisensi Internasional Creative Commons Attribution NonCommercial ShareAlike 4.0 (CC-BY-NC-SA)