



PERANCANGAN ILUSTRASI RETRO PADA SERAGAM T-SHIRT BRAND POLARISE SEBAGAI UPAYA PENGUATAN IDENTITAS VISUAL MEREK

Katrin Nur Nafi'ah Ismoyo¹

¹ Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia

portofoliokatrin@gmail.com¹

ARTICLE INFO	ABSTRAK
<p>Article history: Received: 17 Oktober 2025 Revised: 22 November 2025 Accepted: 25 November 2025</p> <hr/> <p>Keywords: <i>Identitas merek</i> <i>Ilustrasi retro</i> <i>Perancangan visual</i> <i>Polarise</i> <i>Desain komunikasi visual</i></p>	<p><i>This study discusses the design of retro-style illustrations for Polarise apparel as an effort to strengthen the brand's visual identity. The background of this research stems from Polarise's need to enhance its image and appeal through a distinctive and characterful visual approach. The design process adopts a qualitative method involving observation, visual analysis, illustration style exploration, and design experimentation. The retro style was chosen for its nostalgic aesthetic value and its ability to create an authentic impression of Polarise products such as knives and sharpening stones. The results show that the application of retro visual elements including warm color palettes, classic typography, and illustrative composition effectively reinforces the brand's identity and provides differentiation within the tool-making industry.</i></p>

1. PENDAHULUAN

Perkembangan desain komunikasi visual dalam era modern menuntut setiap brand untuk memiliki identitas visual yang kuat, konsisten, dan mudah dikenali oleh khalayak. Identitas visual bukan sekadar logo atau warna perusahaan, melainkan juga mencakup elemen-elemen visual yang digunakan pada berbagai media, termasuk seragam karyawan sebagai bagian dari citra merek (brand image). Seragam yang dirancang dengan pendekatan desain yang tepat dapat berperan sebagai media komunikasi nonverbal yang efektif dalam memperkuat karakter, nilai, dan kepribadian sebuah merek.

Brand Polarise merupakan sebuah merek yang berorientasi pada penjualan pisau dan batu asah, pemilik dari brand polarise menjual pisau dan batu asahnya dengan harga yang terjangkau namun tetap memiliki kualitas yang baik. Namun, dalam perkembangannya, brand ini menghadapi tantangan untuk menampilkan identitas visual yang lebih menonjol dan memiliki nilai diferensiasi

dibandingkan kompetitornya. Salah satu strategi visual yang potensial untuk diterapkan adalah dengan mengadaptasi gaya ilustrasi retro, yang dikenal memiliki karakter visual unik, nostalgik, dan mampu menimbulkan kesan, estetik, autentik serta emosional bagi audiens (Fazli & Kartikasari, 2025).

Gaya retro, dengan ciri khas warna-warna lembut, tipografi klasik, dan elemen ilustratif bergaya tahun 1950–1980-an, dapat memberikan kesan visual yang kuat sekaligus membangkitkan nilai estetika dan memori masa lalu. Gaya retro mampu membangkitkan resonansi emosional, dan bila dikombinasikan dengan konsistensi brand, dapat meningkatkan kembali keterlibatan konsumen (re-engagement) (Wijayanto & Purwoko, 2025). Penerapan gaya ini pada desain seragam brand Polarise diharapkan tidak hanya menambah nilai estetika, tetapi juga memperkuat identitas visual merek, meningkatkan daya tarik konsumen, serta memperluas persepsi positif terhadap citra brand secara keseluruhan.

Oleh karena itu, penelitian dan perancangan ini dilakukan dengan tujuan untuk menciptakan desain ilustrasi retro pada seragam Polarise yang mampu merepresentasikan karakteristik merek, memperkuat komunikasi visual perusahaan, serta meningkatkan nilai citra merek (brand image) di mata publik. Diharapkan dengan adanya gaya retro mampu menciptakan konsistensi identitas visual (termasuk logo, warna, gaya), karena dengan adanya konsistensi sangat mempengaruhi daya ingat merek (brand recall) dan preferensi konsumen (Safitri et al., 2025).

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode desain kualitatif dengan pendekatan desain komunikasi visual (DKV). Metode kualitatif merupakan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, studi literatur; hasil: prototype aplikasi dengan konsistensi identitas visual (warna, tipografi, layout) (Lubis et al., 2025). Proses perancangan dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis agar hasil desain dapat sesuai dengan tujuan komunikasi dan estetika merek Polarise.

1. Tahap Pengumpulan Data

- **Observasi:** Dilakukan dengan mengamati secara langsung elemen visual yang dijual oleh brand Polarise, seperti pisau, batu asah, serta lingkungan penggunaannya.
- **Studi Literatur:** Meliputi kajian terhadap teori-teori tentang desain identitas visual, gaya ilustrasi retro, dan strategi branding visual. Literatur diambil dari buku, jurnal ilmiah, serta referensi daring terkait desain retro dan komunikasi merek.

- Wawancara: Dilakukan wawancara kepada pihak manajemen Polarise dan calon pengguna seragam untuk mengetahui persepsi, kebutuhan, serta harapan terhadap desain ilustrasi retro yang diharapkan.

2. Tahap Analisis Data

Data yang terkumpul kemudian dianalisis untuk menentukan:

- Nilai dan karakter brand Polarise yang akan diterjemahkan ke dalam visual.
- Gaya visual retro yang paling sesuai (misalnya: mid-century modern, pop retro, atau industrial retro).
- Kebutuhan fungsional dari seragam (warna bahan, kenyamanan, keterbacaan ilustrasi).
- Hubungan antara desain seragam dan citra brand yang ingin diciptakan.

3. Tahap Konseptualisasi Desain

Tahap ini mencakup:

- Perumusan konsep desain berdasarkan hasil analisis data, yaitu konsep yang menonjolkan karakter retro namun tetap relevan dengan identitas modern Polarise.
- Pembuatan moodboard berisi referensi warna, tipografi, gaya ilustrasi, dan elemen visual retro.
- Sketsa awal desain.

4. Tahap Eksplorasi dan Produksi Desain

- Membuat ilustrasi digital bergaya retro menggunakan perangkat lunak seperti Adobe Illustrator, Procreate, Photoshop, maupun CorelDRAW.
- Menerapkan ilustrasi pada mockup seragam untuk menilai kesesuaian warna, skala, dan posisi elemen visual.
- Melakukan evaluasi desain berdasarkan prinsip desain komunikasi visual (kesatuan, keseimbangan, ritme, penekanan, dan proporsi).

5. Hasil Akhir

- Hasil akhir dari perancangan ini berupa: Desain ilustrasi retro digital dalam format bitmap.
- Aplikasi desain pada mockup seragam Polarise.

3. PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk merancang ilustrasi gaya retro pada seragam t-shirt brand Polarise sebagai upaya penguatan identitas visual merek. Proses dari perancangan itu sendiri telah dijelaskan pada bagian metode perancangan diatas. Pembahasan dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana elemen-elemen desain, meliputi identitas visual, gaya ilustrasi retro, warna,

tipografi, serta komposisi visual, diimplementasikan untuk memperkuat citra brand Polarise. Proses perancangan ini mengacu pada landasan teori desain komunikasi visual agar hasil desain dapat memiliki kejelasan konsep serta relevansi dengan karakter merek.

3.1. Tinjauan Pustaka

1. Identitas visual merek

Menurut Rustan (2017) dalam (Hikmah, 2025) identitas visual merupakan representasi visual dari nilai, karakter, dan positioning sebuah brand. Identitas visual berfungsi sebagai alat untuk membangun persepsi serta membedakan merek dari kompetitor. Dalam konteks Polarise, elemen visual seperti logo, warna, dan gaya ilustrasi menjadi penanda utama yang harus merepresentasikan citra sebagai brand alat pertukangan yang kuat, terpercaya, dan berkualitas.

Perancangan ilustrasi retro pada seragam brand Polarise diarahkan untuk memperkuat identitas visual tersebut. Gaya retro dipilih karena mampu menciptakan kesan heritage dan keaslian yang relevan dengan karakter produk Polarise seperti pisau dan batu asah. Visual yang nostalgik juga memiliki kekuatan emosional dalam membangun koneksi dengan konsumen yang menghargai desain klasik.

2. Gaya desain dan ilustrasi retro

Gaya desain yang dipilih dalam perancangan ini adalah retro. Retro merupakan perubahan kelanjutan dari gaya art deco, dan mengingatkan pada masa-masa tertentu (Hassanudin & Klojen, 2023). Menurut Heller & Chwast (2018), gaya retro merupakan gaya visual yang mengambil inspirasi dari estetika masa lalu, khususnya era 1950–1980, dengan karakteristik warna lembut, tekstur grainy, ilustrasi sederhana, serta tipografi klasik. Gaya ini sering digunakan untuk membangkitkan nuansa nostalgia dan kehangatan visual. Dalam perancangan ini, gaya retro diaplikasikan melalui:

- a) Penggunaan garis ilustratif tebal dan sederhana.
- b) Tekstur grain untuk menciptakan efek using.
- c) Komposisi yang menonjolkan objek utama (pisau, batu asah) secara simetris.
- d) Sentuhan visual khas poster vintage.
- e) Pemilihan gaya retro terbukti mendukung citra Polarise sebagai brand yang memiliki nilai tradisional dan kualitas autentik.

3. Teori warna dalam penguatan identitas

Warna merupakan elemen penting dalam membangun mood dan persepsi visual. Warna dapat mempengaruhi emosi dan reaksi orang lain, terutama dalam mengambil keputusan (Swasty et al., n.d.). Elemen warna dalam identitas visual memainkan peran penting dalam membentuk citra dan asosiasi emosional konsumen terhadap merek (Dewi et al., 2019). Pada desain retro Polarise, palet warna hangat seperti coklat, krem, kuning kusam, dan merah kecoklatan dipilih untuk menghadirkan nuansa vintage yang akrab dengan desain era lama. Warna-warna tersebut dinilai mampu:

- a) Menegaskan kesan klasik dan artisan.
- b) Memberikan diferensiasi visual dari kompetitor modern yang cenderung menggunakan warna cerah dan kontras.
- c) Membentuk kesatuan tema antara brand, produk, dan desain seragam.

Dengan demikian, teori warna memberikan dasar kuat bagi pemilihan palet yang tepat dalam mendukung identitas merek.

4. Tipografi

Tipografi memiliki peran penting dalam menyampaikan karakter brand. Pada perancangan ini, jenis huruf serif klasik dan sans-serif geometrik era retro digunakan untuk menciptakan kesan vintage yang konsisten dengan ilustrasi. Serif klasik dan sans-serif geometrik era retro menjadi pilihan untuk digunakan dalam perancangan ini, tipografi klasik atau *old-style* menjadi salah satu karakteristik utama estetika retro (Tradisional, 2020). Pemilihan typeface bergaya retro, seperti huruf bulat atau angular, dapat menjadi strategi efektif untuk menanamkan sentimen nostalgia pada brand. Pemilihan tipografi klasik bertujuan untuk:

- a) Memperkuat gaya visual retro secara keseluruhan.
- b) Menyampaikan kesan tradisional, tepercaya, dan profesional.
- c) Menambah elemen estetika yang harmonis dengan ilustrasi.

Integrasi tipografi yang tepat menjadikan desain seragam tidak hanya kuat secara visual tetapi juga komunikatif sebagai representasi brand.

5. Komposisi visual

Dalam teori desain, komposisi berfungsi mengatur elemen visual agar tercipta keseimbangan dan hierarki pesan. Komposisi desain retro pada seragam Polarise mempertimbangkan

penempatan ilustrasi utama, tipografi, serta warna agar mudah dikenali dari jarak jauh dan tetap estetik ketika diaplikasikan pada media kain. Beberapa penerapan prinsip komposisi meliputi:




- a) Centering pada ilustrasi pisau sebagai elemen utama.
- b) Penempatan tipografi di bagian atas/bawah sebagai penguat identitas.
- c) Penggunaan ruang negatif untuk menjaga kejernihan visual.
- d) Komposisi ini membantu desain tetap fungsional, informatif, dan menarik secara visual.

3.2. Proses Desain

1. Tahap pengumpulan data (observasi, studi literatur, dan wawancara).

Pada tahap pengumpulan data dengan observasi, studi literatur, dan wawancara, mendapatkan analisis data dari logo Polarise, foto produk pisau dan batu asah, referensi t-shirt, foto lingkungan daerah usaha, dan gaya retro yang dipilih.

Data terkumpul	Analisis data
<p>Logo Polarise</p> 	<p>Disamping merupakan logo brand Polarise. Elemen utama ilustrasi berupa simbol matahari bersinar, yang diadaptasi dari filosofi “cahaya dan ketajaman” melambangkan produk Polarise sebagai pisau Indonesia yang kuat, tajam, dan andal. Bentuk sulur-sulur sinar matahari didesain melengkung dinamis untuk menghadirkan kesan energik, serta memberikan karakter yang mudah dikenali. Warna-warna yang digunakan didominasi oleh palet hangat dan earth tone, seperti orange tua, cream, dan coklat kemerahan, yang menggambarkan kesan retro sekaligus kehangatan, keteguhan, dan keaslian produk lokal. Sementara tipografi “Polarise” dipilih dengan gaya huruf sans-serif vintage yang sederhana namun berkarakter kuat, serta tambahan tagline “Pisau Indonesia” untuk mempertegas identitas nasional merek.</p>
<p>Lingkungan kerja</p> 	<p>Daerah Ceper merupakan daerah industri, terdapat 2 jenis industri besar yang menjadi mata pencaharian masyarakat penduduk Ceper, yaitu industri pengecoran logam dan konveksi. Jika dilihat dari foto disamping, lokasi atau foto lingkungan dari Ceper itu sendiri terasa panas, kurang adanya pohon rimbun, sehingga model seragam yang dipilih adalah t-shirt, seragam yang menyerap keringat, berbahan katun yang sejuk.</p>

<p style="text-align: center;">Pisau Polarise</p>  	<p>Pisau Polarise merupakan produk handcrafted dengan tampilan elegan dan fungsionalitas tinggi. Bilah pisau terbuat dari baja tahan karat (stainless steel) yang memiliki permukaan mengkilap dan tajam, cocok digunakan untuk kebutuhan pemotongan detail maupun aktivitas luar ruang seperti memahat, mengukir, atau kegiatan outdoor. Bagian gagang pisau dibuat dari kayu jati atau sonokeling, menampilkan warna coklat tua alami dengan pola serat kayu yang menonjol, memberikan kesan klasik serta nyaman digenggam. Pisau Polarise dilengkapi dengan sarung pelindung (sheath) berbahan kulit asli berwarna coklat tua. Sarung tersebut memiliki bentuk mengikuti kontur bilah pisau, dengan ujung meruncing dan detail jahitan rapi di sepanjang sisinya. Beberapa model sarung kulitnya menampilkan kancing logam kecil sebagai pengunci, sementara versi lainnya menampilkan ukiran atau emboss motif geometris tradisional di permukaannya, untuk menambah nilai estetika dan kesan klasik-retro. Secara visual, kombinasi antara logam mengkilap, kayu berwarna hangat, dan kulit alami menghasilkan kesan vintage, maskulin, dan elegan, selaras dengan konsep desain retro-industrial. Produk ini tidak hanya memiliki nilai fungsi, tetapi juga memiliki nilai artistik dan koleksi, sejalan dengan prinsip desain dalam dunia Desain Komunikasi Visual (DKV) yang menekankan nilai estetika dan identitas produk. Karakter visual pisau Polarise mencerminkan ketelitian, keaslian bahan, dan nilai tradisi yang kuat, selaras dengan upaya membangun identitas visual merek yang memiliki kesan autentik dan berkelas.</p>
<p style="text-align: center;">Batu asah</p> 	<p>Batu asah Polarise merupakan alat pengasah presisi yang dirancang untuk mempertajam berbagai jenis pisau dan perkakas logam. Produk ini terbuat dari material abrasif berkualitas tinggi, dan bertekstur padat. Melihat langsung batu asahnya, menandakan tingkat kekasaran (grit) berbeda untuk kebutuhan pengasahan kasar hingga halus. Permukaannya halus namun memiliki daya kikis yang optimal, mampu menghasilkan ketajaman pisau yang presisi dan tahan lama. Bentuk batu asahnya balok memanjang, sehingga</p>

	<p>nyaman digenggam dan mudah digunakan, baik untuk pengasahan manual maupun didukung alat bantu. Produk ini sering digunakan oleh pengrajin, tukang, hingga pengguna rumah tangga yang membutuhkan alat asah praktis dan efisien.</p>
<p>T-shirt</p> 	<p>T-shirt katun adalah jenis seragam yang dipilih karena terbuat dari serat kapas alami, terasa lembut, sejuk, dan nyaman karena sirkulasi udara yang baik serta daya serap keringat yang tinggi, sifatnya yang ramah di kulit dan tidak menyebabkan iritasi, untuk warna t-shirt yang dipilih adalah warna coklat tua, putih, dan hitam.</p>
<p>Referensi desain retro</p> 	<p>Referensi pilihan gambar disamping menampilkan suasana yang kuat dengan nuansa retro klasik, yakni gaya desain yang populer pada era 1960-an hingga 1980-an. Warna-warna dominan seperti coklat kayu, krem, oranye tua, kuning pudar, dan hijau zaitun. Warna-warna ini mencerminkan estetika interior rumah pada era 1970-an yang cenderung “earth tone” dan nyaman. Gaya retro sangat cocok jika dijadikan inspirasi dalam desain ilustrasi atau branding yang ingin membangkitkan kesan nostalgia, hangat, dan autentik.</p>

Tabel 1: Pengumpulan. Data
 (Sumber: Dokumentasi Penulis)

2. Tahap konseptualisasi desain.

Tahap konseptualisasi desain merupakan proses penting untuk menerjemahkan ide awal menjadi arah visual yang menarik, agar dapat menciptakan hasil perancangan dan identitas merek yang kuat, terutama di era modern saat ini yang terdapat peluang maupun tantangan yang harus dihadapi (Arum & Kirani, n.d.). Pada tahap ini, mulai merumuskan dasar pemikiran yang melandasi keputusan visual, termasuk pemilihan warna, gaya ilustrasi, tipografi, hingga komposisi, seperti mood board. Dengan demikian, setiap elemen visual yang dihasilkan memiliki alasan konseptual yang kuat dan berfungsi mendukung tujuan perancangan secara keseluruhan.

- Pembuatan moodboard: Berisi referensi warna, tipografi, gaya ilustrasi, elemen visual.

Moodboard



Color palettes.

Pemilihan warna tidak hanya mempertimbangkan aspek estetika, tetapi juga makna psikologis serta relevansi dengan tema desain yang diangkat. Warna ditentukan agar selaras dengan karakter produk.

RETRO STYLE , RETRO STYLE
RETRO STYLE , RETRO STYLE
Tipografi – Pemilihan jenis font.

Pemilihan tipografi juga merupakan bagian dari konseptualisasi:

- **Karakter huruf:** Karakter huruf dipilih yang memiliki nuansa retro namun tetap modern, untuk menjaga keseimbangan.
- **Hubungan dengan tema:** Bentuk huruf bersudut halus atau ornamen tipografi.



Gaya ilustrasi retro dan elemen visual.

Referensi yang dipilih meliputi ilustrasi retro era 1950–1980, poster vintage, serta gaya grafis iklan lama yang menonjolkan warna-warna hangat seperti merah bata, kuning mustard, biru pudar, dan hijau olive. Elemen-elemen khas seperti tekstur grainy, shading sederhana, garis tebal bersih, dan komposisi ilustratif yang ringkas turut menjadi rujukan utama.

Tabel 2 : *Moodboard*
(Sumber: Dafont & Pinterest)

3. Sketsa awal desain:

Tiga sketsa awal dibuat secara manual menggunakan pensil sebagai tahap eksplorasi bentuk dan komposisi ilustrasi bergaya retro untuk seragam Polarise. Setiap sketsa menguji variasi maupun proporsi elemen visual, serta peletakan ornamen khas retro seperti garis dekoratif dan

bentuk-bentuk geometris sederhana. Pembuatan sketsa manual ini membantu menemukan struktur visual yang paling sesuai sebelum berlanjut ke proses digital dan penyempurnaan gaya ilustrasi retro secara lebih detail.







Gambar 1. Sketsa ilustrasi
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

4. Tahap eksplorasi dan produksi desain.

Pada tahap eksplorasi desain, hasil ilustrasi digital awal dianalisis untuk melihat kesesuaiannya dengan konsep gaya retro yang telah ditetapkan. Elemen-elemen seperti palet warna hangat, tekstur grainy, garis tebal, serta bentuk ilustrasi sederhana mulai diterapkan. Dari evaluasi awal, visual yang dihasilkan sudah menunjukkan karakter retro yang cukup kuat, terutama melalui penggunaan warna yang konsisten. Namun, beberapa penyesuaian tetap diperlukan untuk memastikan ilustrasi dapat menyatu dengan identitas visual Polarise secara optimal.

Eksplorasi juga menilai apakah komposisi, tipografi, dan penempatan elemen visual mendukung keterbacaan dan estetika keseluruhan. Selain itu, penambahan aksesoris visual retro seperti pola garis dan elemen dekoratif membantu memperkaya tampilan tanpa mengurangi fungsi desain. Hasil evaluasi ini kemudian menjadi dasar dalam proses produksi desain akhir agar lebih matang dan sesuai dengan tujuan perancangan identitas visual Polarise. Selanjutnya membuat mockup t-shirt bergaya retro dengan menggunakan perangkat lunak seperti Adobe Illustrator, Procreate, Photoshop, maupun CorelDRAW. Berdasarkan hasil eksplorasi, menghasilkan karya perancangan desain seragam Polarise yang sesuai.

Hasil akhir desain ilustrasi retro	Mockup
	
	
	

Tabel 3: Hasil akhir
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil observasi dan proses kreatif, penerapan gaya retro dalam desain ilustrasi pada seragam *Polarise* terbukti memberikan nilai tambah terhadap identitas visual merek. Estetika retro yang dihadirkan mampu menimbulkan kesan emosional berupa kehangatan, keakraban, dan nilai-nilai klasik yang selaras dengan filosofi ketekunan serta ketahanan produk *Polarise*. Secara visual, gaya retro memiliki kemampuan untuk menarik perhatian karena keunikan bentuk dan

warna yang kontras dengan desain modern minimalis. Hal ini menjadikan seragam *Polarise* menonjol dan mudah dikenali, terutama dalam konteks promosi visual di lingkungan pameran, toko, maupun media sosial.

Proses perancangan menghasilkan karya ilustrasi digital bergaya retro yang diaplikasikan pada desain seragam brand *Polarise*. Hasil utama berupa desain ilustrasi digital berformat bitmap, dengan karakter visual khas era 1970–1980-an, yang menonjolkan nuansa nostalgia dan semangat klasik namun tetap relevan dengan estetika modern. Hasil akhir ilustrasi digital kemudian diadaptasikan ke dalam desain seragam karyawan, dengan posisi ilustrasi ditempatkan pada bagian depan dada. Desain ini diharapkan tidak hanya memperkuat citra brand di lingkungan kerja, tetapi juga menjadi media promosi visual yang merepresentasikan nilai-nilai merek secara estetis dan konsisten. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hasil perancangan ilustrasi retro pada seragam *Polarise* tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetis, tetapi juga sebagai alat komunikasi visual strategis yang mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens serta memperkuat citra merek secara menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Fazli. Safina., Nurul. N.K., 2025. Gaya Visual Retro-Futuristic dan Efeknya terhadap Kesadaran Merek Generasi Z: Studi Literatur Sistematis. *Jurnal Nusantara Computer and Design Review: UNUSIDA*, Vol. 03, No. 01. Hal: 15-26.
- Wijayanto. Gatot., Bambang. P., 2025. The Effects of Retro-Themed Content, Emotional Resonance, and Brand Consistency on Customer Re-Engagement. *International Journal of Business, Law, and Education*, Vol. 06, No. 01. Hal: 865-875.
- Safitri. F.N.A., Agus. S., 2025. The Role of Visual Brand Identity Consistency in Enhancing Brand Recall and Consumer Preference. *Journal Ar Ro'is Mandalika: Institut Penelitian dan Pengembangan Mandalika Indonesia (IP2MI)*, Vol. 05, No.03. Hal: 491-501.
- Lubis. D.P., Harissman., Yuliarni., 2025. Perancangan Aplikasi Belanja Sebagai Media Promosi Identitas Manasuka. *Jurnal Desain Komunikasi Visual: Indonesian Journal Publisher*, Vol. 02, No. 03. Hal: 1-7.
- Hikmah. S. W., 2024. Perancangan Identitas Visual Melalui Redesain Logo Wildhani Design Studio. *Jurnal Desain Komunikasi Visual: Jurnal Barik*, Vol. 06, No. 03. Hal: 272-284.

- Mandasari. S., Sumarwahyudi., Anggriani. S. D., 2023. Identifikasi Desain Interior Kafe Bergaya Retro Rumah Akasha di Jalan Hassanudin No. 35F Klojen Malang. *Journal of Art, Design, Art Education & Culture Studies: JADECS*, Vol. 08, No. 01. Hal: 2548-6543.
- Swasty. W., Utama. J., 2017. Warna Sebagai Identitas Merek Pada Website. *Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia: Andharupa*, Vol. 03, No. 01. Hal: 1-16.
- Dewi. C. M., Hairiza. A., Limbong. E. G., 2019. Warna Sebagai Identitas Merek pada Kemasan Makanan Tradisional Kembang Goyang Khas Betawi. *Jurnal Kreasi Seni & Budaya: Visual Heritage*, Vol. 02, No. 01. Hal: 9-13.
- Harahap. N. A., Oemar. E. A. B., 2020. Inspirasi Desain Gaya Vintage Dalam Perancangan Buku Infografis Makanan Populer Tradisional Melayu Kepulauan Riau. *Jurnal Desain Komunikasi Visual: Jurnal Barik*, Vol. 01, No. 03. Hal: 50-63.
- Kirani. M. A. C., 2025. Perancangan Graphic Standard Manual (GSM) Sebagai Panduan Identitas Visual Eduwisata Bendosari Berbasis Teori Warna Dalam Multimedia. *Kejian Kemahasiswaan: Jurnal Exact*, Vol. 03, No. 01. Hal: 169-175.