



**PERANCANGAN BRANDING GRIYA UMKM DI DESA TEMBOKREJO
KECAMATAN MUNCAR KABUPATEN BANYUWANGI**

LAPORAN KERJA PRAKTIK



Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual

Oleh:

AINI PUTRI DIRGA SARI

19420100060

UNIVERSITAS
Dinamika

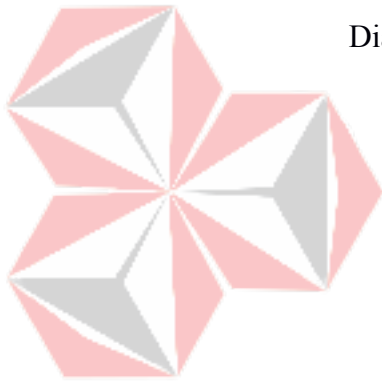
FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2022

**PERANCANGAN BRANDING GRIYA UMKM DI DESA TEMBOKREJO
KECAMATAN MUNCAR KABUPATEN BANYUWANGI**

LAPORAN KERJA PRAKTIK



Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Mata Kuliah Kerja Praktik

UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh:

Nama : AINI PUTRI DIRGA SARI

NIM : 19420100060

Program : S1 (Strata Satu)

Jurusan : Desain Komunikasi Visual

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2022

ii

LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

“Dream Believe and Make It Happen”

LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

Laporan kerja praktek ini saya persembahkan untuk seluruh orang-orang terdekat saya yang selalu memberikan dukungan dan motivasi dari awal hingga selesai.

☺ *Terima Kasih*

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN BRANDING GRIYA UMKM DI DESA TEMBOKREJO KECAMATAN MUNCAR KABUPATEN BANYUWANGI

Laporan Kerja Praktik oleh :

Aini Putri Dirga Sari

Universitas : Dinamika

NIM : 19420100060

Telah diperiksa, diuji, dan disetujui

Banyuwangi, 20 Juli 2022



Dosen Pembimbing

Digitally signed
by Evi Farsiah
Utami
Date: 2022.08.02
10:59:17 +07'00'

Evi Farsiah Utami, S.Ds., MA.

NIDN. 0717029106

Penyelia

Penanggung Jawab MSIB

PEMERINTAH KABUPATEN
BANYUWANGI
BADAN PERENCANAAN
PEMBANGUNAN DAERAH
BANYUWANGI

Dr. Suyanto Waspo Tondo Wicaksono, M.Si.

NIP : 197004211989031001

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual

Dhika Yuan
Yurisma, M.Ds
2022.08.02
11:01:01
+07'00'

Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA

NIDN. 0720028701

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya:

Nama : Aini Putri Dirga Sari
NIM : 19420100060
Program Studi : SI Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Desain dan Industri Kreatif
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : **PERANCANGAN BRANDING GRIYA UMKM DI DESA
TEMBOKREJO KECAMATAN MUNCAR
KABUPATEN BANYUWANGI**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan ilmu pengetahuan, Teknologi, dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti Free Right*) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihmediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut diatas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan, Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya.
3. Apabila ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar keserjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 21 Juli 2022



C66AJX861103256

Aini Putri Dirga Sari
NIM : 19420100060

ABSTRAK

Tembokrejo merupakan desa yang terletak di Kecamatan Muncar, Kabupaten Banyuwangi. Secara sosial budaya, Desa Tembokrejo memiliki jumlah penduduk terbanyak diantara desa-desa lain di Kabupaten Banyuwangi. Tingginya jumlah penduduk di desa ini seimbang dengan banyaknya pelaku ekonomi kreatif. Desa Tembokrejo memiliki banyak sekali produk umkm. Mulai dari kerajinan, makanan, maupun minuman. Beragam produk umkm yang dimiliki desa ini, tentu saja membuat para pelaku ekonomi kreatif memiliki kesulitan dalam hal pemasaran. Mereka hanya sekedar menjual produk dirumahnya, mereka tidak memiliki wadah untuk memasarkan produknya. Dengan melihat kondisi para pelaku ekonomi kreatif yang kesulitan karena tidak memiliki wadah dalam memasarkan produknya, maka dari itu pihak desa membuat Griya Umkm. Usaha baru seperti Griya Umkm tentu saja membutuhkan *branding* yang tepat dengan tujuan agar lebih dikenal masyarakat dan harapannya adalah membangun citra, keyakinan, prestise dan jaminan kualitas produk. Jika masyarakat atau konsumen sudah memiliki *trust* ke Griya Umkm, maka berkemungkinan besar konsumen akan loyal dan *repeat order*.

Kata Kunci : Desa Tembokrejo, Umkm, *Branding*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah S.W.T. yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga Laporan Kerja Praktik yang berjudul **“PERANCANGAN BRANDING GRIYA UMKM DI DESA TEMBOKREJO KECAMATAN MUNCAR KABUPATEN BANYUWANGI”** dapat terselesaikan dengan lancar tanpa suatu halangan apapun.

Laporan Kerja Praktik ini disusun dalam rangka untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan mata kuliah Kerja Praktik Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual di Universitas Dinamika.

Suksesnya penyusunan laporan ini berkat adanya bantuan serta dukungan dari beberapa pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, disampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. **Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd.** selaku Rektor Universitas Dinamika;
2. **Bapak Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA** selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual;
3. **Ibu Evi Farsiah Utami, S.Ds., MA.** selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing serta memberikan arahan dan dukungan dalam penyusunan Laporan Kerja Praktik dari awal hingga selesai;
4. **Ibu Ipuk Fiestiandani, S.Pd** selaku Bupati Banyuwangi yang telah memberikan tempat belajar Magang Bersertifikat di Pemerintah Kabupaten Banyuwangi.
5. **Bapak Dr. Suyanto Waspo Tondo Wicaksono, M.Si** selaku Mentor Pembimbing Kelompok Lima Program Magang Bersertifikat di Pemerintah Kabupaten Banyuwangi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam proses kegiatan maupun pelaporan.

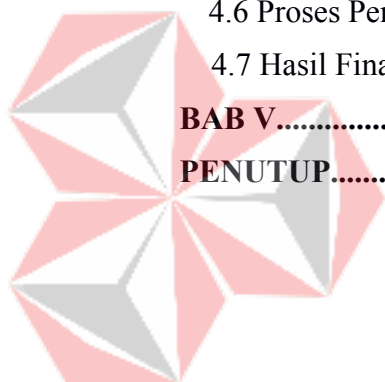
Surabaya, 9 Juni 2022

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR MOTTO.....	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
LEMBAR PERNYATAAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan.....	2
1.4 Manfaat.....	3
1.5 Pelaksanaan.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II GAMBARAN UMUM INSTANSI.....	7
2.1 Profil Perusahaan.....	7
2.2 Visi dan Misi.....	8
2.3 Logo Perusahaan.....	10
2.4 Lokasi Pemkab Banyuwangi.....	10
2.5 Struktur Organisasi.....	11
2.6 Deskripsi Pekerjaan.....	11
BAB III LANDASAN TEORI.....	13
3.1 Desa Tembokrejo.....	13
3.2 Projek Pembangunan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).....	15
3.3 Branding.....	15
3.4 Logo.....	16
3.5 Desain.....	17
3.5.1 Titik.....	17
3.5.2 Garis.....	17
3.5.3 Bidang.....	18

3.5.4 Bentuk.....	18
3.5.5 Tekstur.....	18
3.5.6 Warna.....	18
3.6 Prinsip Desain.....	20
BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN.....	22
4.1 Penjelasan Pekerjaan.....	22
4.2 Konsep dan Ide Pekerjaan.....	22
4.3 <i>Brief</i>	22
4.4 <i>Software</i> dan aplikasi yang digunakan.....	23
4.4.1 Adobe Illustrator.....	23
4.4.2 Procreate.....	23
4.5 Referensi.....	23
4.6 Proses Pembuatan Logo dan Maskot.....	24
4.7 Hasil Final dan Pengaplikasian Logo dan Maskot.....	28
BAB V.....	32
PENUTUP.....	32



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Kantor Pemda Banyuwangi.....	7
Gambar 2 2 Logo Pemkab Banyuwangi.....	10
Gambar 2 3 Lokasi Pemkab Banyuwangi.....	10
Gambar 2 4 Struktur Organisasi.....	11
Gambar 3 1 Persebaran Penduduk Berdasarkan Umur.....	14
Gambar 3 2 Persebaran Penduduk Berdasarkan Pekerjaan.....	14
Gambar 3 3 Warna Primer.....	19
Gambar 3 4 Warna Sekunder.....	19
Gambar 3 5 Warna Tersier.....	20
Gambar 4 1 Referensi Logo.....	24
Gambar 4 2 Sketsa Logo.....	25
Gambar 4 3 Sketsa Maskot.....	25
Gambar 4 4 Alternatif Logo.....	26
Gambar 4 5 Font Logo.....	26
Gambar 4 6 Warna Logo.....	27
Gambar 4 7 Pewarnaan Maskot.....	27
Gambar 4 8 Logo Terpilih.....	28
Gambar 4 9 Hasil Final Logo.....	29
Gambar 4 10 Hasil Final Maskot.....	29
Gambar 4 11 Label Harga.....	30
Gambar 4 12 <i>Banner</i>	30
Gambar 4 13 Pengaplikasian <i>Banner</i>	31
Gambar 4 14 Plastic Bag.....	31

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 SURAT BALASAN KERJA PRAKTIK PERUSAHAAN.....	34
LAMPIRAN 2 FORM KERJA PRAKTIK 5 HALAMAN 1.....	35
LAMPIRAN 3 FORM KERJA PRAKTIK 5 HALAMAN 2.....	36
LAMPIRAN 4 FORM KERJA PRAKTIK 6.....	37
LAMPIRAN 5 FORM KERJA PRAKTIK 7.....	38
LAMPIRAN 6 FORM BIMBINGAN DOSEN.....	39
LAMPIRAN 7 BIDOATA PENULIS.....	40
LAMPIRAN 8 NILAI KERJA PRAKTIK.....	41



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kampus Merdeka merupakan kebijakan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, bertujuan untuk mendorong mahasiswa menguasai berbagai keilmuan yang berguna dalam memasuki dunia kerja. Program yang dihadirkan sangatlah beragam, salah satunya magang merdeka. Pemerintah Kabupaten Banyuwangi menjadi salah satu mitra dalam program ini. Mahasiswa yang terpilih dan lolos seleksi dibagi menjadi 6 kelompok yang akan ditempatkan di desa yang berbeda.

Mahasiswa yang lolos seleksi memiliki tugas untuk mengenalkan, mempromosikan, dan mengevaluasi *Banyuwangi Smart Kampung*. *Banyuwangi Smart Kampung* merupakan inovasi pelayanan publik berbasis desa dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Melalui program ini desa-desa di Banyuwangi terkoneksi dengan internet cepat berbasis serat optik (fiber optic). Smart Kampung memiliki 7 dimensi dimana diantaranya adalah UMKM.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan suatu unit usaha yang memiliki peranan penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia. UMKM adalah unit usaha yang tidak terpengaruh oleh tekanan eksternal sehingga mampu bertahan dan tumbuh ketika krisis melanda pada tahun 1998, karena hal ini UMKM dianggap sebagai bumper ekonomi nasional. UMKM merupakan unit usaha yang cukup banyak menciptakan lapangan kerja untuk masyarakat. Hal ini disebabkan oleh intensitas tenaga kerja yang relatif lebih tinggi dan jumlah investasi kecil sehingga dinilai lebih fleksibel dan dapat cepat beradaptasi terhadap perubahan pasar. UMKM hadir sebagai penyedia lapangan kerja, penyedia barang murah untuk rakyat, dan pencetak wirausaha baru.

Kabupaten Banyuwangi sangat melimpah dengan potensi ekonomi kreatifnya, hal tersebut divalidasi dengan banyaknya UMKM yang ada di Banyuwangi. Salah satu desa penghasil UMKM yang ada di Kabupaten

Banyuwangi adalah Desa Tembokrejo yang terletak di Kecamatan Muncar. Walaupun sebagai salah satu desa penghasil UMKM yang beragam, namun para pelaku ekraf ini tidak memiliki wadah pemasaran yang tepat, sehingga mereka hanya memasarkan produknya melalui *door to door* dan *mouth to mouth*.

Dengan melihat potensi UMKM yang ada di Desa Tembokrejo yang begitu besar dan beragam namun terkendala dengan tidak adanya tempat untuk mewadahi produk yang mereka pasarkan, Maka pihak dari Pemerintah Desa Tembokrejo menyiapkan tempat untuk mewadahi para pelaku ekraf tersebut. Lalu saya sebagai penulis laporan ini memiliki tugas untuk Branding Griya UMKM di Desa Tembokrejo, Kecamatan Muncar, Kabupaten Banyuwangi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam laporan ini yaitu:

“ Bagaimana Cara Merancang Branding Griya Umkm di Desa Tembokrejo, Kecamatan Muncar, Kabupaten Banyuwangi “.

1.3 Batasan Masalah

Agar jelas dan terarah, terdapat beberapa batasan masalah yang akan dirancang dalam penjelasan Laporan Kerja Praktik ini, antara lain :

1. Pembuatan logo Griya Umkm di Desa Tembokrejo
2. Menggunakan *software* Adobe Illustrator untuk mendesain

1.3 Tujuan

Tujuan pelaksanaan Kerja Praktik di Branding Smart Kampung Pemerintah Kabupaten Banyuwangi adalah sebagai berikut :

1. Agar mahasiswa dapat mengetahui dan memahami aplikasi ilmu yang telah didapat selama perkuliahan.
2. Agar mahasiswa dapat memahami dengan baik ilmu pembuatan logo sebagai sarana branding, pemahaman brief dan konsep secara terarah.
3. Agar mahasiswa dapat mendapat pengalaman dan bayangan akan pekerjaan di dunia nyata
4. Agar mahasiswa dapat mengetahui produktivitas instansi/perusahaan.

Tujuan penulisan Laporan Kerja Praktik ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah Kerja Praktik yang diwajibkan pada seluruh mahasiswa program studi S1 Desain Komunikasi Visual Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Universitas Dinamika Surabaya.
2. Sebagai penjabaran mengenai profil perusahaan, bagaimana sebuah perusahaan memperoleh proyek dan tindak lanjutnya, serta bagaimana keterlibatan penulis dalam kasus proyek yang diberikan oleh perusahaan.
3. Menjelaskan dan menjabarkan kepada para pembaca mengenai proses pelaksanaan Kerja Praktik dan lingkup penulisan laporan.

1.4 Manfaat

Dalam melakukan kegiatan Kerja Praktik di Divisi Branding Smart Kampung Pemerintah Kabupaten Banyuwangi ini, manfaat yang dapat diperoleh antara lain :

1.4.1 Bagi Mahasiswa

1. Menerapkan dan mengembangkan ilmu identitas logo, *branding, marketing dan advertising* yang telah diajarkan pada saat perkuliahan.
2. Menambah ilmu dan pengalaman dibidang branding, digital marketing dan industri kreatif.

3. Menambah wawasan dan pengetahuan untuk mempersiapkan diri baik secara teoritis maupun secara praktis.
4. Menambah jaringan relasi.
5. Dapat memahami setiap proses dalam pembuatan desain logo

1.4.2 Bagi Instansi/Perusahaan

1. Membantu Umkm di Desa Tembokrejo dalam branding Griya Umkm
2. Membantu meningkatkan kualitas dan citra dari klien atau *brand* di Griya Umkm
3. Memperkuat jaringan antara perusahaan dan perguruan tinggi.
4. Memudahkan perusahaan dalam mencari potensi di bidang desain dan industri kreatif.

1.4.3 Bagi Akademik

1. Dapat mengaplikasikan ilmu desain pada setiap proyek di Divisi Branding Pemerintah Kabupaten Banyuwangi.
2. Perguruan tinggi akan dikenal dan memiliki citra baik di dunia kerja.
3. Kerja Praktik dapat dijadikan sebagai *portfolio* dan *asset* dalam dunia kerja nantinya.

1.5 Pelaksanaan.

a. Detail Perusahaan

Nama Perusahaan : Pemerintah Kabupaten Banyuwangi

Alamat : Jl. Jenderal Ahmad Yani No 100,

Taman baru, Banyuwangi

Jawa Timur 68416

Telepon : (0333) - 425001

Instagram : Banyuwangi_Kab

Website : banyuwangikab.go.id

b. Periode

Tanggal Pelaksanaan : 9 Februari- 4 Juli 2022

Waktu : 08.00 – 15.00 (Senin – Jumat)

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berikut bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam memahami pembahasan pada Laporan Kerja Praktik ini, berikut sistematika penulisan antara lain :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas tentang latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, pelaksanaan (kerja praktik), dan sistematika penulisan Laporan Kerja Praktik.

BAB II GAMBARAN UMUM INSTANSI

Dalam bab ini membahas tentang profil instansi yang ditempati dalam pelaksanaan Kerja Praktik di Divisi Branding Pemerintah Kabupaten Banyuwangi, yang berisikan mengenai profil, logo, visi dan misi, tugas dan fungsi, dan deskripsi pekerjaan dari instansi tersebut.

BAB III LANDASAN TEORI

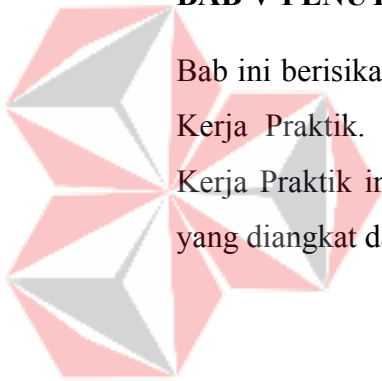
Dalam bab ini membahas tentang berbagai teori yang relevan dan cocok dengan judul Laporan Kerja Praktik ini guna menunjang penulisan Laporan Kerja Praktik.

BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN

Dalam bab ini membahas secara detail tentang pekerjaan yang telah dilaksanakan pada saat Kerja Praktik di Pemerintah Kabupaten Banyuwangi yang diangkat dalam Laporan Kerja Praktik ini.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran terkait pembahasan pada Laporan Kerja Praktik. Kesimpulan berisi ringkasan keseluruhan hasil dalam Laporan Kerja Praktik ini, sementara saran berisi beberapa masukan untuk permasalahan yang diangkat dalam Laporan Kerja Praktik ini



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II GAMBARAN UMUM INSTANSI

2.1 Profil Perusahaan



Gambar 2 1 Kantor Pemda Banyuwangi

(Sumber: Dokumentasi Penulis, Mei 2022)

Kabupaten Banyuwangi terletak di ujung timur Pulau Jawa dan merupakan kabupaten terluas di Jawa Timur. Wilayahnya cukup beragam, dari dataran rendah hingga pegunungan. Kawasan perbatasan dengan Kabupaten Bondowoso, terdapat rangkaian Dataran Tinggi Ijen dengan puncaknya Gunung Raung (3.282 m) dan Gunung Merapi (2.800 m) terdapat Kawah Ijen.

Berikut adalah beberapa informasi mengenai identitas dari Pemkab Banyuwangi :

Nama Perusahaan : Pemerintah Kabupaten Banyuwangi

Alamat : Jl. Jenderal Ahmad Yani No 100,

Taman baru, Banyuwangi

Jawa Timur 68416

Telepon : (0333) - 425001

Instagram : Banyuwangi_Kab SSWebsite
: banyuwangikab.go.id

c. Periode

Tanggal Pelaksanaan : 9 Februari- 4 Juli 2022

Waktu : 08.00 – 15.00 (Senin – Jumat)

2.2 Visi dan Misi

1. Visi

1. Makna “SEMAKIN” yang disematkan dalam Visi Pembangunan ini mengandung nilai dan semangat untuk pencapaian pembangunan 5 tahun kedepan lebih baik dari yang ada saat ini. Tentu menjadi tantangan besar yang harus dijawab oleh pemerintahan saat ini. Dalam titik nol kondisi Banyuwangi yang relatif lebih maju saat ini, maksud dari kata “Semakin” ini harus dimaknai sebagai kondisi yang lebih. Lebih dalam hal kebaikan di bidang pembangunan.

2. Makna “Semakin Maju” dalam memahami Visi Pembangunan ini diorientasikan pada aspek kemajuan pembangunan ekonomi, kemajuan pembangunan fisik infrastruktur. Kedua aspek inilah yang diharapkan mampu menjadi pengungkit pembangunan di Banyuwangi. Selain itu makna maju juga dapat diartikan sebagai bentuk posisi Banyuwangi yang mampu berdaya saing dalam konstelasi Nasional maupun Global.

3. Makna “Semakin Sejahtera” ini merupakan manifestasi kondisi Banyuwangi yang harmonis kehidupan sosial masyarakatnya dan kondusif kondisi ketentraman dan ketertiban lingkungannya, dengan tetap menjunjung tinggi nilai-nilai lokalitas budaya dan karakter masyarakat Banyuwangi. Sejahtera dapat pula dimaknai sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan dasar, baik secara lahir maupun batin, serta

dilaksanakan dengan prinsip keadilan. Keadilan berkaitan dengan aspek kesempatan yang sama oleh masyarakat baik sebagai objek maupun subjek pembangunan.

4. Makna “Berkah” ini dapat diartikan sebagai karunia Tuhan yang mendatangkan kebaikan atau manfaat bagi kehidupan manusia. Artinya, pembangunan yang diberkahi pastilah akan mendatangkan manfaat dan kebaikan. Keberkahan pasti tidak bertentangan dengan nilai-nilai moral kehidupan sosial, maka pembangunan yang diberkahi pasti berdampak pada meningkatnya nilai kesalehan sosial masyarakat

2. Misi

1. Meningkatkan Pertumbuhan dan Ketahanan Ekonomi Lokal Berbasis Pertanian, Perikanan, UMKM, dan Pariwisata Fokus pada Keberdayaan Keluarga untuk Membuka Lapangan Kerja dan Mengurangi Kemiskinan.
2. Membangun SDM Unggul, Sehat Jasmani-Rohani, Produktif dan Berkarakter melalui Peningkatan Akses serta Kualitas Pelayanan Pendidikan, Kesehatan, dan Kebutuhan Dasar Lainnya.
3. Mewujudkan Masyarakat Berkarakter yang Memegang Teguh Nilai-nilai Keagamaan, Menjaga Keluhuran Adat Istiadat, serta Menguatkan Gotong Royong dan Kerukunan dalam Harmoni Kebhinekaan.
4. Mempercepat Pembangunan Infrastruktur Ekonomi dan Sosial yang Semakin Merata dengan Memperhatikan Daya Dukung Lingkungan.
5. Memantapkan Tata Kelola Pemerintahan yang Tangkas dan Dinamis melalui Transformasi Digital untuk Mewujudkan Birokrasi Produktif dan Kemudahan Berusaha.

2.3 Logo Perusahaan



Gambar 2 2 Logo Pemkab Banyuwangi

(Sumber: Banyuwangikab.go.id)

2.4 Lokasi Pemkab Banyuwangi



Gambar 2 3 Lokasi Pemkab Banyuwangi

(Sumber: Dokumentasi Penulis, Maret 2022)

Lokasi Kantor Pemerintah Kabupaten Banyuwangi berada di Jalan Jenderal Ahmad Yani No.100, Taman Baru, Kecamatan Banyuwangi, Kabupaten Banyuwangi.

2.5 Struktur Organisasi

Berikut ini merupakan susunan struktur organisasi



Gambar 2 4 Struktur Organisasi

(Sumber : Olahan penulis, 2022)

2.6 Deskripsi Pekerjaan

1) Bupati Banyuwangi

Bupati memiliki tugas dan wewenang memimpin penyelenggaraan daerah berdasarkan kebijakan yang ditetapkan bersama DPRD kabupaten.

2) Kepala Bappeda Banyuwangi

Kepala Bappeda mempunyai tugas membantu Walikota dalam melaksanakan urusan pemerintah dibidang perencanaan pembangunan daerah dan penelitian pengembangan atas asas otonomi

3) Camat

Tugas dari seorang camat adalah membantu Bupati dalam melaksanakan Urusan Pemerintahan yang menjadi kewenangan Daerah dan Tugas Pembantuan dalam urusan pemerintahan, pelayanan publik, dan pemberdayaan masyarakat desa atau sebutan lain dan Kelurahan.

4) Kepala Desa

Kepala Desa bertugas menyelenggarakan Pemerintahan Desa, melaksanakan pembangunan, dan pemberdayaan masyarakat.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB III

LANDASAN TEORI

Pada bab ini , laporan yang akan disusun dapat mengandung teori dan elemen yang penting. Teori ini yang akan dijelaskan agar terhindar dari penjiplakan maka patut dijelaskan tentang pembeda antara laporan ini dengan laporan yang sudah ada namun beda teori yang ada di dalamnya.

3.1 Desa Tembokrejo

Desa Tembokrejo terletak di Kecamatan Muncar, Kabupaten Banyuwangi yang memiliki luas wilayah terbesar yaitu 547,918 Ha yang berbatasan langsung dengan Desa Sumbersewu di sebelah utara, Desa Kedungrejo di sebelah selatan, Desa Blambangan di sebelah barat, dan Selat Bali di sebelah timur. Jarak Desa Tembokrejo dari Kecamatan Muncar berkisar 0,5 Km dan dari Ibukota Kabupaten sejauh 36 Km dengan jarak tempuh satu jam perjalanan menggunakan kendaraan bermotor. Secara administratif, Desa Tembokrejo membawahi empat wilayah dusun yaitu Dusun Krajan, Muncar Baru, Muncar, dan Palurejo dengan Rukun Tetangga (RT) sejumlah 167 dan Rukun Warga (RW) sejumlah 62.

Kondisi geografis Desa Tembokrejo terletak pada ketinggian 3700 m diatas permukaan laut dengan curah hujan rata-rata 30000 mm/tahun dan suhu rata-rata harian 34C. Topografi wilayah Desa Tembokrejo secara keseluruhan sama yaitu wilayah dataran rendah karena sebagian besar wilayahnya terletak di pesisir atau tepi pantai Selat Bali. (sumber : olahan penulis,2022)

Kondisi sosial, ekonomi dan budaya

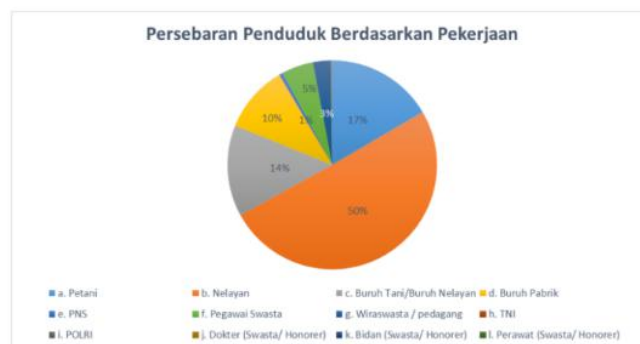
Desa Tembokrejo memiliki jumlah penduduk sebesar 27.185 jiwa yang terdiri dari 13.741 jiwa penduduk laki-laki dan 13.444 jiwa penduduk perempuan serta 8.408 KK. Persebaran penduduk Desa Tembokrejo berdasarkan umur dapat dilihat dalam tabel berikut :



Gambar 3 1 Persebaran Penduduk Berdasarkan Umur

Sumber : Data IDM Desa Tembokrejo, 2021

Dapat dilihat bahwasanya Desa Tembokrejo didominasi kelompok usia produktif dengan jumlah prosentase 61 persen. Masyarakat Desa Tembokrejo mayoritas bekerja sebagai nelayan dan petani. Hal ini dikarenakan wilayah Desa Tembokrejo yang tanahnya cukup subur dan wilayahnya berbatasan langsung dengan pesisir laut.



Gambar 3 2 Persebaran Penduduk Berdasarkan Pekerjaan

Sumber : Data IDM Desa Tembokrejo, 2021

Kegiatan ekonomi masyarakat Desa Tembokrejo didominasi sektor perikanan, pertanian dan UMKM. Keragaman produksi masyarakat Desa

Tembokrejo ini dibuktikan dengan keberadaan industri mikro dan kecil sebanyak 367 unit usaha dan 7 unit usaha industri menengah yang beroperasi di Desa Tembokrejo. (sumber : oalahan penulis, 2022)

3.2 Projek Pembangunan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sebuah usaha yang dijalankan secara perorangan, rumah tangga, atau badan usaha dalam skala kecil. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian yaitu dapat memperluas lapangan pekerjaan dan meningkatkan perekonomian masyarakat. Manfaat Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di desa bagi perekonomian daerah adalah dapat meningkatkan pendapatan, membuka lapangan pekerjaan, mengurangi jumlah pengangguran, mengembangkan potensi masyarakatnya dalam menjalankan usaha misalnya dari segi kemampuan maupun keterampilan, dan sebagainya. Desa Tembokrejo adalah sebuah desa dengan kondisi geografisnya sebagian besar wilayahnya terletak di pesisir sehingga profesi pekerjaannya (Rudjito, 2000:3)

3.3 Branding

Branding adalah kegiatan membangun sebuah brand. Membuat identitas, termasuk logo, merupakan salah satu kegiatan *branding*. *Branding* adalah proses mendesain, merencanakan, dan mengkomunikasikan nama serta identitas dengan tujuan membangun atau mengelola reputasi (Anholt, 2003:5).

Merek juga dibagi dalam pengertian lainnya, seperti :

- a. Brand name (nama merek) yang merupakan sebagian dari yang dapat diucapkan
- b. Brand mark (tanda merek) yang merupakan sebagian dari merek yang dapat dikenali namun tidak dapat diucapkan misalnya lambing, desain huruf atau warna khusus.

c. Trade mark (tanda merek dagang) yang merupakan merek atau sebagian dari merek yang dilindungi hukum karena kemampuannya untuk menghasilkan sesuatu yang istimewa. Tanda dagang ini melindungi penjual dengan hak istimewanya untuk menggunakan nama merek (tanda merek).

d. Copyright (hak cipta) yang merupakan hak istimewa yang dilindungi undang-undang untuk memproduksi, menerbitkan, dan menjual karya tulis, music atau karya seni

Menurut Philip kotler (1997:13), pengertian merek (brand) adalah : *“a brand is a name, term, sign, symbol or design or combination of them, intended to identify the goods or services of one seller of group of sellers and differentiate them from those of competitors”*

3.4 Logo

Identitas suatu perusahaan merupakan cerminan dari visi, misi suatu perusahaan yang divisualisasikan dalam bentuk logo perusahaan. Logo merupakan suatu hal yang nyata sebagai pencerminan hal-hal yang bersifat non visual dari suatu perusahaan, seperti budaya perilaku, sikap, kepribadian yang dituangkan dalam bentuk visual.

Logo adalah identitas suatu perusahaan dalam bentuk visual yang diaplikasikan dalam berbagai sarana fasilitas dan kegiatan perusahaan sebagai bentuk komunikasi visual. Logo dapat juga disebut dengan simbol, tanda gambar, merek dagang (trademark) yang berfungsi sebagai lambang identitas diri dari suatu badan usaha dan tanda pengenalan yang merupakan ciri khas perusahaan.

Logo adalah presentasi, sosok atau penampilan visual yang senantiasa dikaitkan dengan organisasi tertentu sebagai bentuk identitas dan bagian identitas perusahaan. Sebagai identitas perusahaan, logo ibarat bagian tubuh yang mampu mengutarakan isi hati produk atau perusahaan. Dari sisi pemasaran, logo mempunyai fungsi pembeda produk dengan produk yang lainnya. Setidaknya logo perusahaan harus memiliki karakter tertentu, menyangkut : *original* dan

distinctive, legible, simple, memorable, easy associated with the company, dan easily adaptable for all graphic media yang diaplikasikan ke berbagai media, untuk menghindari kesulitan dalam penerapan. (Suwardikun, w, didit. Merubah citra melalui perubahan logo.)

3.5 Desain

Desain pada dasarnya adalah sebuah kegiatan perancangan sesuatu yang dinilai kurang mendefinisikan untuk beberapa profesi. Berjalannya waktu para arsitek menggunakan kata “ rancang bangun “, sebagai pengganti kata desain. Namun kalangan keilmuan seni rupa tetap secara konsisten dan formal dipergunakan. Dengan adanya hal tersebut pembakuan istilah desain untuk berbagai bidang keilmuan sampai dipergunakan pada beberapa undang – undang perlindungan intelektual. Dalam perkembangan istilah “ desain “ tidak hanya dipakai dunia seni rupa, tetapi juga hampir semua bidang keilmuan memakai istilah ini untuk beberapa hal tertentu. Selain itu desain juga dapat di artikan sebagai penggambaran sketsa gagasan yang memuat konsep bentuk yang dikerjakan. (Sachari and Sunarya 2000)

Dalam desain juga memiliki beberapa elemen – elemen desain antara lain :

3.5.1 Titik

Titik itu sendiri dapat diartikan sebagai unsur utama desain yang relatif kecil ukurannya. Titik biasa ditampilkan dalam variasi besar jumlahnya. Dalam pembentukan suatu titik yang bergabung memanjang tidak bisa diartikan lagi sebagai titik karena memiliki bentuk yang telah berubah.

3.5.2 Garis

Garis merupakan unsur desain yang sangat mempengaruhi suatu pembentukan objek. Garis memiliki nilai utama yaitu arah dan dimensi yang berbeda kualitasnya. Pembuatan garis dapat ditentukan oleh seorang desainer pembuatnya, alat penunjang pembuatannya, dan media pembuatannya. Melalui goresan berupa garis dapat mengkomunikasikan pola rancangan yang dibuat. Garis dibedakan menjadi 3 yaitu garis lurus, garis lengkung, dan garis variasi.

3.5.3 Bidang

Bidang merupakan rangkaian dari garis – garis yang telah di bentuk dan menghasilkan sebuah bidang. Dalam nilai utama garis yaitu memiliki arah dan dimensi, bidang ini juga memiliki nilai utama yaitu bentuk pola. Bidang ini dibedakan menjadi beberapa bentuk yaitu bidang datar, dan bidang lengkung. Selain itu bidang juga di kelompokkan menjadi bidang *geometri* dan *non – geometri*

3.5.4 Bentuk

Bentuk merupakan gabungan dari beberapa garis yang menghasilkan beberapa dimensi, yaitu dua dimensi dan tiga dimensi. Pusat penentuan bentuk ditandai oleh batas – batas terluar dari objek tergantung dari penempatan titik garis. Bentuk dua dimensi itu ditandai oleh beberapa garis yang memiliki satu area. Bentuk tiga dimensi dapat di tandai ketika bidang tersebut dibentuk memiliki ruang. Beberapa jenis bentuk terdiri atas *bentuk naturalis*, *bentuk geometris*, *bentuk dekoratif*, dan *bentuk abstrak*.

3.5.5 Tekstur

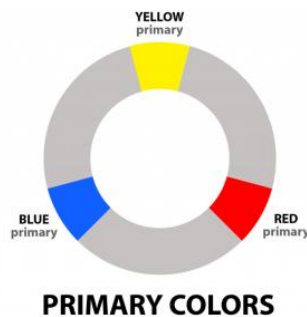
Tekstur merupakan sesuatu permukaan bidang yang dapat di lihat dan di raba. Penentuan nilai perasa yang dapat dirasakan oleh sifat fisiknya yaitu tekstur halus dan tekstur kasar. Karakter nilai raba pada tekstur dapat dirasakan secara fisik dan secara imajiner.

3.5.6 Warna

Warna merupakan elemen utama yang sangat penting dalam desain. Karena memiliki efek cahaya yang memberi kesan pada pancaindra khususnya indra pelihat. Warna dapat menggambarkan suasana hati terletak pada dalam diri manusia. Dalam hal ini warna dikatakan sebagai elemen dalam desain untuk membangun kesan yang dapat mempengaruhi suasana perasaan. Pemilihan warna adalah permasalahan utama yang harus diperhitungkan dalam penciptaan sebuah karya. Dalam kategori pengelompokan umum pada warna di bedakan menjadi tiga yaitu :

a. Warna Primer

Warna primer merupakan warna dasar atau warna utama dari proses pembentukan warna lain. Warna Primer ini terdiri dari warna merah, warna kuning, dan warna biru.

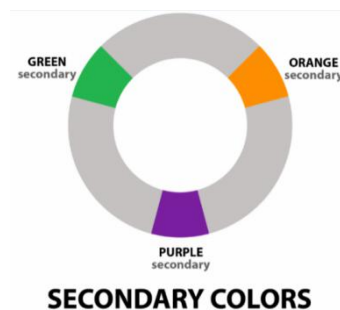


Gambar 3 3 Warna Primer

(Sumber : color-meanings.com)

b. Warna Skunder

Warna skunder merupakan warna kedua pada tingkatannya. Warna ini terjadi dari gabungan warna- warna primer. Tingkatan ini dijelaskan pada penggunaan roda warna untuk membagi tingkatan warna. Seperti contoh warna merah di gabungan dengan warna kuning menghasilkan warna oranye. Warna merah dan warna kuning merupakan warna primer hasil dari gabungan warna tersebut menjadi warna oranye yaitu warna skunder.

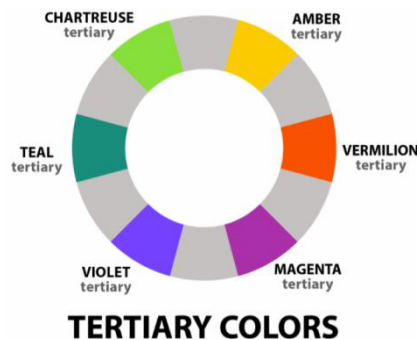


Gambar 3 4 Warna Sekunder

(Sumber : color-meanings.com)

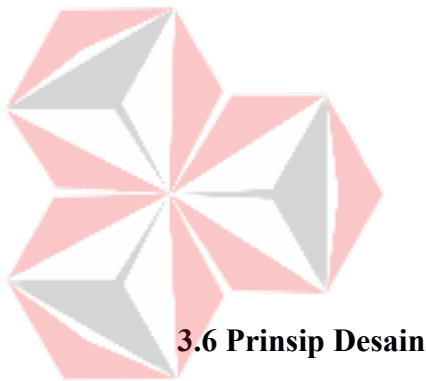
c. Warna Tersier

Warna tersier merupakan warna ketiga pada tingkatannya. Warna ini terjadi dari gabungan warna primer dan warna skunder. Tingkatan ini juga telah dijelaskan pada penggunaan roda warna untuk penentuan warna tersier yang akurat.



Gambar 3 5 Warna Tersier

(Sumber : color-meanings.com)



3.6 Prinsip Desain

Prinsip desain merupakan suatu hal yang wajib diperhatikan saat melakukan perancangan sebuah elemen – elemen desain yang akan di bentuk sesuai dengan proporsi tertentu. Prinsip desain di bagi 5 hal yaitu :

a. Keseimbangan

Keseimbangan ini merupakan prinsip desain untuk memberi kesan keterjelasan dalam pemberian elemen – elemen desain.

b. Kesatuan

Prinsip ini membagi elemen – elemen desain tertentu yang berisikan ide pokok dalam perancangan sebuah karya. Menentukan prinsip kesatuan dapat membantu menghasilkan satu tema yang kuat dengan menggabungkan elemen – elemen desain yang sudah terpilih.

c. Ritme atau Irama

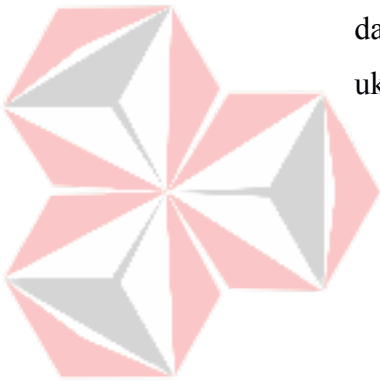
Suatu pembuatan desain dengan menentukan pola yang teratur dengan membutuhkan alur pergantian untuk menghasilkan suatu karya yang menarik perhatian.

d. Penekanan

Sebuah hal yang memiliki tujuan untuk ditonjolkan agar mendapatkan respon audien dalam pemahanan suatu karya yang telah dibuat agar isi dari karya itu dapat dimengerti

e. Proporsi

Proporsi merupakan suatu perbandingan dalam menentukan ukuran dai elemen – elemen desain yang telah dibuat dan memiliki ciri ukuran desain.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

Pada bab ini berisi tentang perancangan pekerjaan yang penulis angkat selama kegiatan kerja praktik di Pemerintah Kabupaten Banyuwangi khususnya di lokus Desa Tenbokrejo. Perancangan pekerjaan kegiatan kerja praktik ini telah di setujui dan diizinkan oleh pihak perusahaan.

4.1 Penjelasan Pekerjaan

Pada tahap awal dalam branding untuk Griya Umkm adalah penulis melakukan survey terhadap latar belakang dan tujuan didirikannya Griya Umkm itu sendiri. Setelah mengetahui masalah secara menyeluruh, penulis membuat logo dan maskot untuk keperluan branding Griya Umkm. Pembuatan logo dan maskot dari Griya Umkm memiliki brief yang sudah ditentukan dari penyelia.

4.2 Konsep dan Ide Pekerjaan

Penulis membuat 3 sketsa desain logo yang sudah disesuaikan dengan brief. 3 alternatif desain yang telah dibuat oleh penulis diubah menjadi sketsa digital sekaligus diberi warna. Lalu penyelia diminta untuk memilih 1 desain yang cocok untuk Griya Umkm

4.3 Brief

Brief berperan penting dalam perancangan suatu pekerjaan kerana terdapat aturan – aturan dan keinginan dari penyelia dalam hasil pekerjaan yang penulis

buat. Ada beberapa *brief* yang diberikan untuk penulis dalam membuat pekerjaan antara lain :

a. Ada unsur bentuk ikan didalam logo sebagai penanda Kecamatan Muncar memiliki pelabuhan ikan terbesar di Jawa.

b. Logo berwarna cerah.

c. Maskot memiliki unsur adat osing sebagai adat asli Banyuwangi.

4.4 Software dan aplikasi yang digunakan

Software dan aplikasi adalah alat bantu untuk membuat perancangan karya. Untuk mempermudah dan membantu penulis dalam merancang sebuah karya yang ingin dikerjakan sesuai *brief*. Penulis memakai 2 *software* dan aplikasi antara lain :

4.4.1 Adobe Illustrator

Software Adobe Illustrator ini penulis pakai untuk pembuatan sketsa digital, pewarnaan karya, dan finishing. Dalam software ini mempermudah saat menjadikan sketsa manual dibuat ke sketsa digital. Proses pembuatan sketsa digital tersebut dibuat menggunakan beberapa fitur dari Adobe Illustrator salah satunya pen tools untuk membuat outline. Penulis menggunakan software ini mulai dari proses pembuatan sketsa digital sampai ke tahap pewarnaan dan finishing.

4.4.2 Procreate

Software ini digunakan penulis dalam pembuatan sketsa digital dan pewarnaan maskot Griya Umkm. Proses pembuatan maskot di software ini adalah karena tools yang lengkap.

4.5 Referensi

Dalam tahap pencarian referensi melalui internet sesuai dengan jenis desain yang akan dibuat sesuai dengan *brief* yang telah diberikan. Pencarian referensi bersumber dari *website* pinterst dan freepik. Kedua *website* tersebut adalah *platform* desain yang sering penulis gunakan untuk pencarian ide, referensi,

elemen, dan sebagainya dalam perancangan suatu karya. Berikut adalah beberapa referensi yang diambil untuk pembuatan logo :



Gambar 4 1 Referensi Logo

(Sumber : Google, 2022)

4.6 Proses Pembuatan Logo dan Maskot

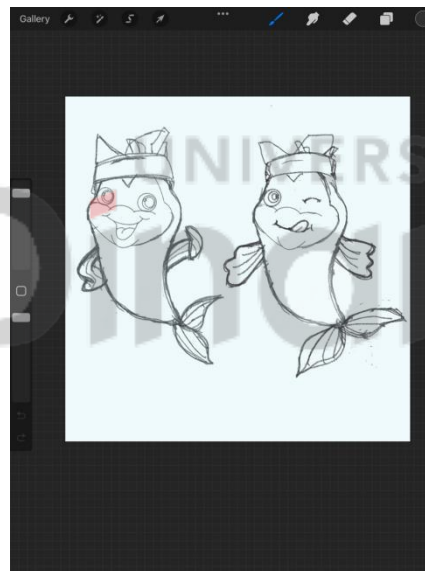
Proses pembuatan desain logo dan maskot dimulai dari tahap mind mapping lalu sketsa manual sampai ke tahap finishing.

Berikut adalah proses pembuatan logo dan maskot

- a. *Mind Mapping* dan Sketsa Logo dan Maskot



Gambar 4 2 Sketsa Logo



Gambar 4 3 Sketsa Maskot

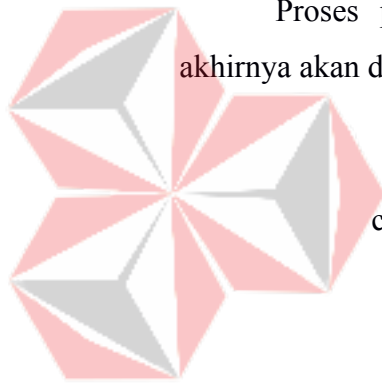
Proses pembuatan desain logo mulai dari tahap *mind mapping* lalu dilanjutkan dengan pembuatan sketsa digital maupun manual untuk logo dan maskot.

b. Pewarnaan dan Digitalisasi Pada Logo dan Maskot



Gambar 4 4 Alternatif Logo

Proses pembuatan logo menghasilkan 3 alternatif desain yang hasil akhirnya akan dipilih 1 desain final oleh penyelia.



c. *Font yang Digunakan Pada Logo*

UNIVERSITAS
Dinamika

FONT
CHAUPHILOMENE
 SANS SERIF
A B C D E F
G H I J K L M
N O P Q R S
T U V W X Y Z

Gambar 4 5 Font Logo

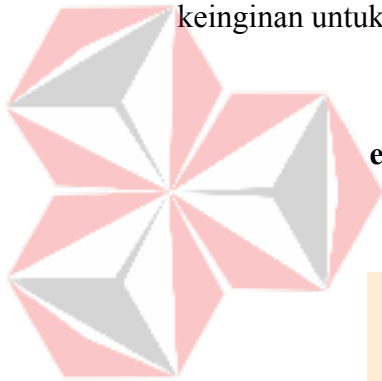
Penulis memilih untuk menggunakan font sans serif untuk logo karena sebagai penyeimbang objek logo agar terlihat lebih profesional.

d. Warna Logo



Gambar 4 6 Warna Logo

Penulis memilih untuk menggunakan warna oranye dan merah pada logo karena masing-masing warna memiliki filosofi tersendiri. Warna oranye memiliki filosofi dapat menciptakan antusiasme pada siapapun yang melihatnya (*eye catching*). Lalu warna merah memiliki filosofi dapat menciptakan rasa atau keinginan untuk berbelanja.



e. Pewarnaan dan Filosofi



Gambar 4 7 Pewarnaan Maskot

Desain maskot yang penulis desain menghasilkan 3 gaya atau ekspresi dengan warna dominan oranye sesuai dengan logo. Lalu filosofi dari maskot ini adalah :

- Ikan Koi : Pemilihan ikan koi sebagai maskot Griya Umkm adalah menurut fengshui ikan koi melambangkan kekuatan, keberanian dan perubahan ke arah yang lebih baik. Hal ini sejalan dengan dibentuknya Griya Umkm Tembokrejo

yang diharap dapat membawa perubahan ke arah yang baik untuk Desa Tembokrejo.

- Baju adat osing melambangkan banyuwangi memiliki suku asli banyuwangi bernama suku osing.
- Baju osing berkerah motif gajah oling merupakan batik asli dari banyuwangi.
- Udeng Banyuwangi merupakan aksesoris khas Suku Osing Banyuwangi.

Revisi dari Penyelia



Gambar 4 8 Logo Terpilih

Setelah menyerahkan 3 desain ke penyelia, beliau memilih logo alternatif yang pertama dimana terdapat teori gestalt didalamnya. Namun, beliau meminta untuk diberi keterangan tempat pada bawah logo (Tembokrejo, Muncar). Lalu di objek gestalt diberi gradasi warna.

4.7 Hasil Final dan Pengaplikasian Logo dan Maskot

Berikut adalah hasil final dan pengaplikasian logo dan maskot pada Griya Umkm :

Hasil Final Logo dan Maskot Griya Umkm



Gambar 4 9 Hasil Final Logo



Gambar 4 10 Hasil Final Maskot

Gambar diatas adalah wujud dari logo dan maskot dari Griya Umkm di Desa Tembokrejo, Kecamatan Muncar, Kabupaten Banyuwangi.

Pengaplikasian Logo

Pengaplikasian logo terdapat pada label harga, banner, dan plastic bag

a. Label Harga



Gambar 4 11 Label Harga

Label harga digunakan untuk mengetahui harga produk. Penulis mendesain label harga dengan menggunakan unsur motif batik gajah oling sebagai produk batik khas banyuwangi dan tidak lupa disertai logo terpilih.

b. Banner

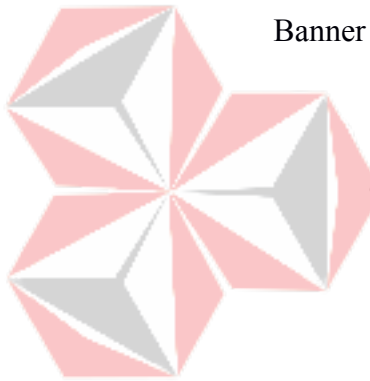


Gambar 4 12 Banner



Gambar 4 13 Pengaplikasian *Banner*

Banner digunakan untuk keperluan grand opening dari Griya Umkm.



c. Plastic Bag



Gambar 4 14 Plastic Bag

Plastic Bag digunakan sebagai wadah produk umkm yang dibeli oleh konsumen. Tujuan dari desain plastic bag ini adalah agar menciptakan kesan premium pada produk umkm di Griya Umkm.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengalaman yang didapat selama melakukan kerja praktik di Pemerintah Kabupaten Banyuwangi, maka dapat disimpulkan bahwa desa memiliki banyak potensi ekonomi yang kurang dikenal masyarakat luas dan tidak adanya wadah yang menaungi maupun menampung produknya. Hal ini mendorong kami untuk membuat suatu wadah yang bisa menaungi, menampung, dan mendistribusikan produk UMKM masyarakat Desa Tembokrejo yaitu dengan mendirikan “Griya UMKM” yang pengoperasiannya dijalankan oleh BUMDes Mekar Lestari Tembokrejo. Dengan adanya Griya UMKM diharapkan mampu membantu pelaku UMKM desa yang mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya, baik dari segi permodalan, penjualan, perizinan, dan sebagainya.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat dikemukakan dari hasil kerja praktik di Pemerintah Kabupaten Banyuwangi adalah :

5.2.1 Bagi Perusahaan

1. Diharapkan adanya kerja sama antara universitas dengan perusahaan.
2. Lebih mengembangkan ide-ide kreatif dan senantiasa melakukan inovasi.

5.2.2 Bagi Mahasiswa

1. Menjaga nama baik universitas dengan menjaga perilaku dengan selalu mematuhi aturan dalam perusahaan.
2. Aktif dalam melakukan tugas sesuai arahan yang diberikan.
3. Melakukan kerjasama dengan baik bersama seluruh staf perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Banyuwangi, “Sunrise of Java”. Kompas, 22 Juni 2022.
- Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Banyuwangi. Banyuwangi The New Paradise of Indonesian Tourism. Banyuwangi : Banyuwangi Regency Culture And Tourism Service.
- GIS Banyuwangi. 2022. Peta Kabupaten Banyuwangi. Diakses pada 22 Juni 2022 melalui <http://gis.banyuwangikab.go.id/>
- Sachari, A., & Sunarya, Y. Y. (2000). Pengantar Tinjauan Desain. *ResearchGate*, July 2000, 159–190.
- Gobe, Marc. 2005. Emotional Branding. Jakarta: Erlangga
- Ramaseshan, B dan Alisha Stein, 2014, Connecting the dots between brand experience and brand loyalty : The mediating role of brand personality and brand relationship, *Journal of Brand Management* Vol. 21 No. 7/8 664-683
- Kotler, Philip. 1997, Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta: Prentice Hall.
- Rudjito. (April 2003). Strategi pengembangan UMKM Berbasis Sinergi Bisnis, dalam Makalah yang disampaikan pada seminar peran perbankan dalam memperkuat ketahanan nasional kerjasama Lemhanas RI dengan BRI.
- Suwardikum, Didit. W. 2000. Merubah Citra Melalui Perubahan Logo. Bandung: ITB Library
- Anholt, S. Brand New Justice. The Upside Of Global Branding. London: Butterworth-Heinemann, 2003.