

DAFTAR PUSTAKA

- Wheeler, Alina. (2017). *“Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team”* (5th ed.). Wiley. Strategi membangun identitas merek, termasuk logo, khususnya untuk bisnis kecil dan menengah.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. Konsep dasar komunikasi visual dan peran logo sebagai bagian dari komunikasi merek.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023). *Strategi Digitalisasi UMKM*. Diakses dari: <https://www.kemenkopukm.go.id>
- Google Indonesia. (2022). *Panduan Go Digital untuk UMKM*. Diakses dari: https://www.grow.google/intl/id_id/
- Kominfo RI. (2023). *Peluang Digitalisasi UMKM Melalui Media Sosial*. Diakses dari: <https://kominfo.go.id>
- HubSpot. (2023). *Social Media Marketing Strategy: Complete Guide*. Diakses dari: <https://blog.hubspot.com/>
- Puspitasari, D. A. (2020). “Perancangan Logo sebagai Identitas Visual Usaha UMKM Makanan Tradisional”. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 8(2), 45–52. Artikel jurnal yang membahas studi kasus UMKM makanan dan pentingnya logo dalam membangun identitas usaha.
- Rosyidah, U. A., & Warisaji, T. T. (2024). Pelatihan Digital Marketing dan Optimasi Media Sosial Untuk Meningkatkan Visibilitas UMKM. *Journal of Community Development*, 5(2), 258–266

Habibullah, H., & Airawaty, D. (2024). Optimalisasi Media Sosial untuk Meningkatkan Pemasaran UMKM Di Era Digital. *Jurnal Pelayanan Masyarakat*, 1(4), 178–185

Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2021). *Panduan Branding untuk UMKM*. Jakarta: Deputi Bidang Produksi dan Pemasaran. Panduan resmi pemerintah yang menjelaskan pentingnya logo dalam branding UMKM serta cara membuatnya.