

Perancangan Logo Dan Desain Kemasan MOGU Cookies Sebagai Identitas Visual

I Nyoman Subudiartha ¹, Christofer Satria ², dan Hasbullah ³

Universitas Bumigora^{1,2,3}

E-mail Korespondensi: subudiartha@universitasbumigora.ac.id

Keywords:	Abstract
<p><i>Logo, Packaging Desain, Design Thinking</i></p>	<p><i>Logos and packaging are very important to face competition in the culinary business world today, where logos are company identities and packaging is a tool to protect products from various risks of damage, as a promotional tool which supports product sales and packaging is also very influential. in implanting the product in the minds of consumers, so that it can attract consumers. Therefore, this design was carried out to create a logo and packaging design for Mogu Cookies because previously this MSME did not have a logo and packaging design. The aim of this design is to provide a visual identity or logo and packaging design to improve the product image and the uniqueness of this product. This design was carried out using the design thinking method (empathize, define, ideate, prototype. Test) as well as carrying out appropriate SWIH and SWOT analyzes to conduct interviews and find out more and in detail about the product being studied. The result of this design is a new design to create a logo and design for primary, secondary and packaging displays in order to improve and introduce this product.</i></p>

Kata Kunci:	Abstrak
<p><i>Logo, Packaging Desain, Design Thinking</i></p>	<p>Logo dan kemasan merupakan hal yang sangat penting untuk menghadapi persaingan di dunia bisnis kuliner pada zaman sekarang, Dimana logo sebagai identitas perusahaan dan kemasan sebagai alat untuk melindungi produk dari berbagai resiko kerusakan, sebagai alat promosi yang Dimana untuk menunjang penjualan produk dan kemasan juga sangat berpengaruh dalam menanamkan produk dibenak konsumen, sehingga dapat menimbulkan daya tarik kepada konsumen. Oleh karena itu dilakukan perancangan ini agar terciptanya logo dan desain kemasan untuk Mogu Cookies dikarenakan sebelumnya umkm ini belum memiliki logo dan desain kemasan. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk memberikan identitas visual atau logo dan desain kemasan untuk meningkatkan image produk dan keunikan di dalam produk ini. Perancangan ini dilakukan dengan</p>

	menggunakan metode design thinking (empathize, define, ideate, prototype. Test) serta melakukan analisis 5W1H dan SWOT yang tepat untuk melakukan wawancara serta mengetahui lebih banyak dan mendetail tentang produk yang diteliti. Hasil dari perancangan ini merupakan perancangan baru untuk membuat logo dan desain kemasan primer, sekunder, dan display kemasan agar dapat meningkatkan dan memperkenalkan produk ini.
--	--

PENDAHULUAN

Kemasan dan desain logo telah lama menjadi elemen kunci dalam strategi pemasaran produk, terutama pada produk-produk konsumen seperti makanan dan minuman. Kemasan yang menarik dan logo yang kuat dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas dan citra produk, sekaligus meningkatkan daya saing di pasar. Menurut Kotler dan Armstrong (2010), kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk tetapi juga sebagai sarana komunikasi antara produsen dan konsumen. Dengan desain kemasan yang efektif, produsen dapat menyampaikan informasi tentang produk, keunggulan, serta citra merek secara langsung kepada konsumen.

Pentingnya desain kemasan semakin mengemuka seiring meningkatnya persaingan di sektor makanan ringan, di mana produsen tidak hanya bersaing dalam hal kualitas produk, tetapi juga dalam daya tarik visual. Sebagai contoh, produk makanan ringan Mogu Cookies yang berbahan dasar jamur menargetkan berbagai kalangan usia, termasuk anak-anak yang membutuhkan makanan sehat. Mengingat pentingnya visual dalam menarik perhatian konsumen, terutama anak-anak, Mogu Cookies membutuhkan kemasan yang tidak hanya estetis, tetapi juga mampu melindungi kualitas produk dari kerusakan fisik.

Kemasan juga berperan sebagai alat promosi yang efektif. Desain kemasan yang unik dan menarik dapat mempengaruhi konsumen untuk memilih produk tertentu, terutama ketika bersaing dengan produk-produk sejenis di rak-rak swalayan (Rasa, 2023). Selain itu, kemasan yang tepat dapat memperkuat identitas produk, membantu konsumen mengenali dan mengingat merek dengan lebih mudah. Namun, banyak pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) sering kali mengabaikan peran strategis dari desain kemasan ini, menganggapnya hanya sebagai wadah atau pembungkus produk.

Lebih dari sekadar wadah, kemasan juga berfungsi sebagai media komunikasi visual. Dengan kombinasi elemen desain yang tepat seperti warna, tipografi, dan struktur, kemasan dapat menciptakan kesan yang mendalam bagi konsumen. Penelitian menunjukkan bahwa warna, sebagai salah satu elemen desain kemasan, memiliki pengaruh signifikan terhadap

Perancangan Logo Dan Desain Kemasan MOGU Cookies Sebagai Identitas Visual I Nyoman Subudiartha*

persepsi konsumen. Mamis et al, (2023) menjelaskan bahwa warna tidak hanya berfungsi sebagai hiasan visual, tetapi juga sebagai alat psikologis yang mampu membangkitkan asosiasi emosi tertentu pada konsumen.

Logo, di sisi lain, adalah elemen visual utama yang mewakili identitas perusahaan. Sebagai simbol dari visi dan misi perusahaan, logo memiliki peran penting dalam membangun citra merek yang kuat. Logo yang efektif tidak hanya mudah diingat tetapi juga mampu mencerminkan karakteristik dan nilai-nilai yang diusung oleh perusahaan. Desain logo yang kuat dapat membantu membedakan produk dari pesaing, menciptakan loyalitas konsumen, dan memperkuat posisi merek di pasar yang kompetitif.

Dalam konteks industri makanan ringan, desain logo yang unik dan menarik dapat menjadi nilai tambah yang membantu produk menonjol di tengah persaingan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konsumen cenderung memilih produk dengan kemasan dan logo yang mudah dikenali dan memiliki daya tarik visual yang tinggi (Mukhtar & Nurif, 2015). Namun, banyak produk makanan ringan di Indonesia, khususnya yang diproduksi oleh UMKM, belum memanfaatkan desain logo dan kemasan secara optimal untuk membangun identitas produk yang kuat.

Sebagai produk makanan ringan yang berbasis jamur, Mogu Cookies berusaha menawarkan nilai tambah dalam bentuk kesehatan dan gizi. Produk ini dirancang untuk menjadi camilan sehat bagi semua kalangan, terutama anak-anak yang membutuhkan asupan bergizi untuk perkembangan optimal. Namun, agar pesan ini tersampaikan dengan efektif, diperlukan desain kemasan dan logo yang mampu mencerminkan keunggulan produk sekaligus membedakannya dari kompetitor.

Dalam upaya membedakan diri dari produk lain, desain kemasan Mogu Cookies perlu mempertimbangkan aspek fungsional dan estetis. Suardana et al. (2019) menekankan bahwa kemasan yang baik harus mampu melindungi produk dari kerusakan selama distribusi, serta menjadi media penyimpanan yang efektif hingga produk tiba di tangan konsumen. Lebih jauh, kemasan yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk yang dikandungnya.

Material kemasan juga menjadi faktor penting yang harus diperhatikan. Pemilihan material yang tepat tidak hanya berfungsi sebagai pelindung fisik produk, tetapi juga mempengaruhi daya tarik visual dan kesan pertama konsumen terhadap produk. Untuk produk makanan, pemilihan material yang memenuhi standar food grade menjadi keharusan guna menjamin keamanan dan kualitas produk yang dikonsumsi (Mashadi & Munawar, 2021).

Perancangan Logo Dan Desain Kemasan MOGU Cookies Sebagai Identitas Visual I Nyoman Subudiartha*

Material kemasan yang ramah lingkungan juga dapat menambah nilai positif bagi produk di mata konsumen yang semakin peduli terhadap isu lingkungan.

Kebutuhan akan desain kemasan yang dapat meningkatkan daya saing produk semakin relevan di tengah pasar yang semakin padat dan beragam. Dalam persaingan yang ketat, produk dengan kemasan yang menarik dan informatif memiliki peluang lebih besar untuk memenangkan hati konsumen. Selain itu, desain kemasan yang unik dapat membantu konsumen membedakan produk di rak yang dipenuhi oleh produk sejenis.

Dalam hal ini, Mogu Cookies menghadapi tantangan untuk menciptakan desain kemasan yang bukan hanya menarik, tetapi juga fungsional dan mampu menyampaikan pesan nilai tambah produk. Penelitian ini berupaya merancang desain kemasan dan logo yang efektif untuk Mogu Cookies, dengan mempertimbangkan berbagai elemen visual dan fungsional yang diperlukan untuk menciptakan identitas visual yang kuat.

Penelitian ini juga bertujuan untuk menjawab kebutuhan UMKM dalam mengoptimalkan desain kemasan dan logo sebagai alat pemasaran yang efektif. Dengan adanya panduan desain yang berfokus pada identitas visual, diharapkan UMKM seperti Mogu Cookies dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar lokal maupun internasional. Desain kemasan yang diusulkan dalam penelitian ini meliputi kemasan primer, sekunder, tersier, serta display kemasan. Setiap jenis kemasan memiliki fungsi yang berbeda, tetapi semuanya dirancang dengan tujuan yang sama, yaitu untuk melindungi produk dan menarik perhatian konsumen. Pada kemasan primer, fokus diberikan pada perlindungan dan penyajian produk yang langsung berhubungan dengan konsumen. Sementara itu, kemasan sekunder dan tersier dirancang untuk memfasilitasi distribusi dan penyimpanan produk dalam jumlah besar.

Penelitian ini juga mempertimbangkan logo sebagai elemen penting dalam menciptakan identitas visual. Logo Mogu Cookies akan dirancang untuk mencerminkan nilai-nilai yang diusung oleh produk, seperti kesehatan, keceriaan, dan keunikan. Pemilihan bentuk, warna, dan tipografi pada logo akan disesuaikan dengan karakteristik produk dan target pasar yang dituju. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan tidak hanya menghasilkan desain kemasan dan logo yang efektif, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap literatur tentang peran desain visual dalam pemasaran produk UMKM. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi UMKM lain yang ingin mengoptimalkan desain kemasan dan logo mereka untuk menciptakan identitas visual yang kuat.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Nasution (2003) menjelaskan bahwa desain penelitian kualitatif tidak dapat ditentukan sebelumnya. Masalah yang umum pada proses awal dan pada hal yang spesifik. Tujuan penelitian kualitatif bukan untuk menguji atau membuktikan suatu teori, tetapi disini teori kualitatif ini diperoleh dari data-data yang dikumpulkan oleh peneliti di lapangan. Selain itu, pencipta juga menggunakan metode Design Thinking sebagai metode dalam tahapan pembuatan kreasi ini dimana design thinking merupakan proses iteratif dimana peneliti harus memahami pengguna, mendefinisikan kembali masalah dalam mengidentifikasi alternatif strategi dan solusi yang mungkin tidak terlalu terlihat dengan pemahaman awal. kita. Design Thinking memberikan banyak sekali pendekatan berbasis solusi untuk memecahkan masalah-masalah yang ada (Dunne, 2018: 20-21).

HASIL DAN PEMBAHASAN

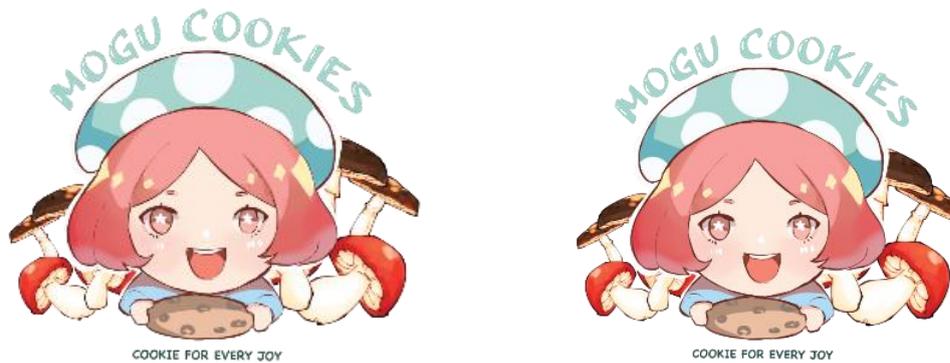
Produk Mogu Cookies ini merupakan produk makanan berbentuk makanan ringan yang rendah akan kalori. Bahan – bahan yang terkandung dalam produk mogu cookies merupakan bahan – bahan yang aman untuk dikonsumsi. Mogu cookies memiliki kandungan bahan – bahan seperti jamur kuping sebagai bahan utama, plam sugar, tepung terigu, perisa vanilla, pewarna coklat makanan. Warna yang digunakan dalam logo mogu cookies ini menggunakan warna-warna pastel semi vibrant, warna ini dipilih karena identik dengan usia remaja maupun dewasa.

Hasil sketsa logo, logo dan desain kemasan primer ,sekunder, dan diplay kemasan :

1. Sketsa logo digital



2. Logo Digital terpilih



Logo Mogu Cookies merupakan logo yang dirancang sebagai salah satu alternatif media untuk promosi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah). Secara umum logo ini didesain disesuaikan dengan kebutuhan pasar dan sesuai dengan produk yang akan dipasarkan. Melalui proses perancangan yang didahului dengan riset terhadap unsur yang ada seperti visi misi perusahaan, target dan produk yang akan dibuat oleh umkm ini, maka dengan metode design thinking logo Mogu Cookies dapat terwujud. Unsur Logo ini diilustrasikan dengan karakter seorang anak per-empuan yang seolah olah memegang nampan yang ber-bentuk sebagai cookies. Topi chef yang digunakan bermotifjamur agar identitas dari cookies ini mudah dikenali. selain itu, ada juga dekorasi jamur yang mempresentasikan bahwa bahan bahan yang digunakan dalam produk ini bersifat alami. Karakter dalam logo ini memberikankesan ceria dan ramah, serta sangat friendly. Untuk warna yang digunakan dalam logo ini ialah warna pastel semi vibrant. Warna pastel identik dengan usia remaja maupun dewasa. warnawarna pastel ini juga memberi-kan kesan ramah dan memanjakan mata. Biasanya orang orang mudah tertarik dengan kolaborasi warna pastel namun tetap terlihat mencolok. Unsur Warna biru muda c:35 m:2 y:22 k:0 / r:166 g:213 b:205, biru c:56 m:12 y:23 k:0 / r:106 g:180 b:191, putih r:249 g :253 b:255, merah muda c:0 m:46 y:27 k:0 / r:247 g:159 b:157, merah c:8 m:74 y:56 k:1 / r:224 g:102 b:99, kuning c:1 m:3 y:31 k:0 / r:252 g:239 b:187, coklat c:29 m:44 y:53 k:3 / r 180 g:142 b:119, coklat muda c:6 m:27 y:35 k:0 / r:236 g 191 b:162, coklat tua c:38 m:46 y:55 k:8 / r:154 g:128 b:110, merah pada jamur c:0 m:83 y:81 k:0 / r:242 g:82 b:60, putih kekuningan c:0 m:2 y:6 k:0 / r:255 g:248 b:237, coklat c:40 m:70 y:81 k:43 / r:105 g:62 b:42 yang memberikan kesan suka cita, energi, cinta, kemurnian, keandalan dan daya tahan.

Perancangan Logo Dan Desain Kemasan MOGU Cookies Sebagai Identitas Visual I Nyoman Subdiartha*

3. Hasil Desain Kemasan Primer



4. Sketsa Digital Desain Kemasan Sekunder



5. Hasil Desain Kemasan Sekunder



6. Sketsa Digital Desain Kemasan Display Kemasan.



7. Desain Kemasan Display Kemasan Terpilih



Desain kemasan primer, sekunder dan display kemasan “Mogu Cookies” merupakan desain kemasan dan display kemasan yang dirancang sebagai salah satu alternatif media untuk promosi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah) sehingga produk ini memiliki kemasan dan display kemasan yang menarik dan unik. Secara umum desain kemasan dan display kemasan ini didesain disesuaikan dengan kebutuhan pasar dan sesuai dengan produk yang akan dipasarkan. Melalui proses perancangan yang didahului dengan riset terhadap unsur yang ada seperti visi misi perusahaan, target dan produk yang akan dibuat oleh umkm ini, maka dengan metode design thinking desain kemasan dan display kemasan mogu cookies dapat terwujud. Unsur desain kemasan dan display kemasan yang dibuat sedemikian rupa dimana: desain kemasan primer yang dibuat menggunakan pouch dengan memasukan tagline, logo, komposisi dll, desain kemasan sekunder yang didesain berbentuk tas yang memiliki kotak di dalamnya

Perancangan Logo Dan Desain Kemasan MOGU Cookies Sebagai Identitas Visual I Nyoman Subudiartha*

yang dapat menampung desain kemasan primer, dan display kemasan yang didesain berbentuk komedi putar yang bisa berputar dan dilengkapi oleh lampu dan lagu untuk menempatkan produk primer dan diatas kemasan display terdapat kepala logo dari produk ini, sehingga produsen dapat mengetahui bahwa produk ini adalah makanan ringan atau cookies yang terbuat dari jamur. Unsur Warna biru muda c:35 m:2 y:22 k:0 / r:166 g:213 b:205, biru c:56 m:12 y:23 k:0 / r:106 g:180 b:191, putih r:249 g :253 b:255, merah muda c:0 m:46 y:27 k:0 / r:247 g:159 b:157, merah c:8 m:74 y:56 k:1 / r:224 g:102 b:99, kuning c:1 m:3 y:31 k:0 / r:252 g:239 b:187, coklat c:29 m:44 y:53 k:3 / r 180 g:142 b:119, coklat muda c:6 m:27 y:35 k:0 / r:236 g 191 b:162, coklat tua c:38 m:46 y:55 k:8 / r:154 g:128 b:110, merah pada jamur c:0 m:83 y:81 k:0 / r:242 g:82 b:60, putih kekuningan c:0 m:2 y:6 k:0 / r:255 g:248 b:237, coklat c:40 m:70 y:81 k:43 / r:105 g:62 b:42 yang memberikan kesan suka cita,energi , cinta , kemurnian, keandalan dan daya tahan.

SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari perancangan logo dan desain kemasan mogu cookies ini adalah: Logo dan kemasan pada perusahaan harus disesuaikan dengan konsep atau visi misi perusahaan dan sesuai target sasaran, segmentasi, dan positioning yang tepat. Logo dan kemasan sangatlah berpengaruh besar kepada produk yang akan dijual maka dari itu perancang membuat logo dan desain kemasan sesuai dengan permintaan produsen dengan melihat dari mata seorang desainer sehingga tidak terlepas dari pemilihan-pemilihan warna yang tepat, bentuk, bahan yang akan digunakan. Logo mogu cookies ini didesain disesuaikan dengan kebutuhan pasar yang ada di kota Mataram dan sesuai dengan produk yang akan dipasarkan. Proses pembuatan logo dan desain kemasan ini menggunakan metode design thinking agar terciptanya logo dan desain kemasan mogu cookies ini.

Unsur logo yang menyerupai wanita yang membawa jamur di tangan kanan dan kirinya ini memberikan info bahwa produk ini adalah produk makanan ringan yang terbuat dari jamur yang di kemas menjadi sebuah makanan ringan. Selain itu Desain Kemasan primer, sekunder dan display kemasan dari “Mogu Cookies” merupakan desain kemasan dan display kemasan yang dirancang sebagai salah satu media untuk promosi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah) sehingga produk ini memiliki logo, kemasan dan display kemasan yang menarik dan unik. Secara umum logo, desain kemasan dan display kemasan ini didesain disesuaikan dengan kebutuhan pasar dan sesuai dengan produk yang akan dipasarkan kepada masyarakat dan targetnya.. Melalui proses perancangan yang didahului dengan riset-riset terhadap unsur yang ada seperti alamat perusahaan, visi misi perusahaan, target, produk, netto dan produk

Perancangan Logo Dan Desain Kemasan MOGU Cookies Sebagai Identitas Visual I Nyoman Subudiartha*

yang akan dibuat oleh umkm ini, maka dengan metode design thinking maka dari itu logo, desain kemasan dan display kemasan dacokie dapat terwujud. Unsur desain kemasan dan display kemasan yang dibuat sedemikian rupa yang dimana menerapkan desain kemasan primer yang dibuat menggunakan pouch dengan memasukan tagline, logo, komposisi, dll. Desain kemasan sekunder yang didesain untuk desain kemasan yang menampung desain kemasan primer, dan display kemasan yang didesain berbentuk komedi putar ya dapat berputar-putar dan memiliki lagu yel-yel dari produk tersebut, sehingga dari adanya logo, desain kemasan dan display kemasan ini produsen dapat mengetahui bahwa produk ini adalah makanan ringan yang bergizi yang terbuat dari jamur yang di buat menjadi kue kering. Dengan adanya logo dan desain kemasan ini perancang berharap dapat meningkatkan penjualan serta dapat membantu produsen untuk memperkenalkan dan memberikan ciri khas dari produknya kepada masyarakat (konsumen), sehingga konsumen dapat membedakan produk ini dengan produk lainnya.

2. Saran

Dalam pembuatan desain kemasan mogu cookies ini perancang tidak bisa mendesain dan membuat konsep yang sembarangan atau diluar nalar dari penglihatan produsen dan konsumen, namun pembuatan logo dan desain kemasan ini harus dilalui dengan riset serta perancang juga harus memikirkan secara matang inti-inti dari Perusahaan yang dibuat agar dapat dituangkan kedalam ide-ide cemerlang yang diaplikasikan melalui bentuk-bentuk sketsa dan visual, yang dimana nantinya akan digunakan oleh konsumen maupun target audience. Dalam membuat sebuah logo dan desain kemasan, perancang juga tidak dituntut untuk membuat kemasan yang menarik saja dan bagus secara visual, tetapi dalam membuat sebuah kemasan tentunya harus memiliki sebuah kehidupan yang tidak mudah dilupakan namun mudah diingat dan dapat diidentifikasi oleh para konsumen dan target audience. Semoga perancang atau designer berikutnya terutama dalam pembuatan logo dan desain kemasan mampu bersaing terus-menerus didunia globalisasi saat ini yang terus berkembang dengan mengeluarkan ide-ide cemerlang mereka sehingga logo dan desain kemasan yang akan dibuat berikutnya semakin inovatif, unik, dan dapat menarik banyak konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Adrian, D., & Mulyandi, M. R. (2021). Manfaat pemasaran media sosial instagram pada pembentukan brand awareness toko online. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(02), 215-222.

Perancangan Logo Dan Desain Kemasan MOGU Cookies Sebagai Identitas Visual
I Nyoman Subudiartha*

- Andivas, M., Trisnawati, H. T., Wijanarko, A. F., Ramadhani, A. A., & Sari, H. W. M. (2023). Pelatihan Perancangan Desain Kemasan Produk UMKM Keripik Pisang Menggunakan Perangkat Lunak Canva. *Surya Abdimas*, 7(3), 450-457.
- Banindro, B. S. (2018). *KAPITA SELEKTA: Pengkajian Seni Rupa, Desain, Media dan Budaya*. Dwi-Quantum.
- Basiroen, V. J., Putra, I. N. A. S., Judijanto, L., Anggara, I. G. A. S., Negoro, A. T., Sutarwiyasa, I. K., ... & Wijaya, W. (2024). *Dasar-Dasar Desain Komunikasi Visual (DKV)*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Dunne, David. (2018) "Design *Thinking at Work*". London: University of Toronto Press.
- Eko, Saputra. (2019). *Gambar Bentuk*. Padang: Universitas Negeri Padang.
- Harsanto, P. W. (2016). *Retorika Visual Fotografis dalam Iklan Koran*. PT Kanisius.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2010). *Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mamis, S., Putra, I. N. A. S., Yusa, I. M. M., Aryanto, D., Yasa, N. P. D., Wahidiyat, M. P., ... & Carollina, D. (2023). *DASAR-DASAR DESAIN KOMUNIKASI VISUAL (DKV): Panduan Lengkap Untuk Memasuki Dunia Kreatif Visual*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- PP, B. P., & Sukmaraga, A. A. (2023). Perancangan Logo dan Desain Kemasan Produk Minuman Olahan Susu Merek Ibu Yudhi untuk Usia 6-12 Tahun dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk di Sidoarjo. *Citradirga: Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Intermedia*, 5(01), 15-27.
- Prasetya, B. P. P., Nirwana, A., & Bakti, A. M. R. S. (2023). Edukasi Kemasan Dan Perancangan Logo Serta Kemasan Kopi Produk Rtm Di Desa Kucur Dengan Metode Tempel Untuk Meningkatkan Brand Diversification Product. *JAPI (Jurnal Akses Pengabdian Indonesia)*, 7(3), 207-216.
- Rasa, I. N. M. A. G., Astiti, M. P., Eryani, I. A. A. P., Yudiastari, I. N. M., & Semaryani, I. A. A. M. (2023). *Pentingnya kemasan dalam pemasaran produk*. Scopindo Media Pustaka.
- Rismawarni, R., Mukti, B., & Sukoco, S. (2022). Visual Branding Usaha Mikro Kecil Menengah Budidaya Jamur Kuping Agro Jaya Melalui Desain Kemasan Dan Logo. *Surakarta Informatic Journal*, 4(2), 1-5.
- Rismawarni, R., Mukti, B., & Sukoco, S. (2022). Visual Branding Usaha Mikro Kecil Menengah Budidaya Jamur Kuping Agro Jaya Melalui Desain Kemasan Dan Logo. *Surakarta Informatic Journal*, 4(2), 1-5.
- Sumardjo, Jakob. (2010). "*Estetika Nusantara*". Surakarta: Institut Seni Indonesia Surakarta.

Perancangan Logo Dan Desain Kemasan MOGU Cookies Sebagai Identitas Visual
I Nyoman Subudiartha*

- Tandio, E., Adib, A., & Suhartono, A. W. (2013). Perancangan logo dan desain kemasan untuk Dhisti Cookies sebagai camilan di Kota Solo. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(2), 10.
- Tunky, H., & Kohardinata, C. (2016). Perancangan desain kemasan pada merk keripik pisang bananation di Surabaya. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 1(5), 576-583.
- Utami, E. (2018). Perancangan desain kemasan produk olahan coklat “Cokadol” dengan metode Quality Function Deployment. *JISI: Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 5(2), 91-100.