

Perancangan Graphic Standard Manual Book Logo Festival Gau Maraja

Ahmad Ade Nugraha^{1✉}, Irfan Arifin², Vionary Surhianto³, Frederico Prataseko⁴

^{1,3,4}Universitas Ciputra Kampus Kota Makassar

²Universitas Negeri Makassar

ahmad.nugraha@ciputra.ac.id

Abstract

To maintain visual consistency in logo design, it is crucial to include graphic guidelines as an instrument for its use. Consistency in logo usage is emphasized in a document commonly known as the Graphic Standard Manual book, which aims to ensure that the logo can be effectively applied in various situations and media, both print and digital. Gau Maraja is a regular festival held since 2019 by the Cultural Heritage Preservation Center of South Sulawesi Province (BPNB Sulsel). This event aims to promote culture and is designed as a collaborative multi-event platform to form an active cultural ecosystem network within BPNB Sulsel's working area. In the 2023 Gau Maraja festival, several inconsistencies were found in the application of the previously designed festival logo, both digitally and in print. Therefore, this research aims to design a Graphic Standard Manual Book for the Gau' Maraja festival logo to serve as a reference guide for its use. This research can also serve as a reference for creating Graphic Standard Manual Books for future festival logo designs. The graphic standard manual book details the specific use of colors, sizes, fonts, layouts, media, and formats to ensure consistency across all promotional and communication materials. It functions not only as a practical guide but also as a protective tool against unwanted misuse or modification of the logo. By providing clear guidelines, the GSM (Graphic Standard Manual) Book helps preserve the integrity of the design and avoids inappropriate interpretations. In this design, the researcher uses the Research & Development (R&D) approach with the 4-D development stages: Define, Design, Develop, and Disseminate.

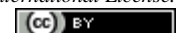
Keywords: Graphic Standard Manual, Logo, Gau Maraja, Festival, Cultural Heritage Preservation Center.

Abstrak

Dalam menjaga pencapaian konsistensi visual dalam perancangan sebuah logo sebaiknya disertakan dengan pedoman grafis yang menjadi instrumen dalam penggunaannya. Konsistensi dalam penggunaan logo ditekankan dalam sebuah buku atau biasa disebut dengan buku pedoman standar grafis (*Graphic Standard Manual book*) yang bertujuan memastikan bahwa logo dapat diterapkan dengan efektif di berbagai situasi dan media, baik cetak maupun digital. Gau Maraja merupakan festival rutin dilaksanakan yang telah diselenggarakan sejak tahun 2019 oleh Balai Pelestarian Nilai Budaya Provinsi Sulawesi Selatan (BPNB Sulsel). Kegiatan tersebut bertujuan untuk memajukan kebudayaan yang dirancang sebagai platform multi-event yang bersifat kolaboratif untuk membentuk jejaring ekosistem budaya yang aktif di wilayah kerja BPNB Sulsel. Pada tahun 2023 di kegiatan festival tersebut didapati beberapa inkonsistensi dalam penerapan logo festival yang telah dirancang sebelumnya baik secara digital maupun cetak. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah Graphic Standard Manual Book pada logo festival Gau' Maraja agar dapat menjadi referensi pedoman dalam penggunaannya, penelitian ini juga dapat menjadi salah satu referensi dalam pembuatan Graphic Standard Manual Book pada perancangan logo festival selanjutnya. Pada *graphic standard manual book* tersebut merinci penggunaan warna, ukuran, jenis huruf, tata letak, media dan format secara spesifik untuk memastikan konsistensi di semua material promosi dan komunikasi. Tidak hanya menjadi panduan praktis, buku pedoman grafis juga berfungsi sebagai alat perlindungan terhadap penyalahgunaan atau modifikasi yang tidak diinginkan dari sebuah logo. Dengan memberikan arahan yang jelas, GSM (*Graphic Standard Manual*) Book membantu menjaga integritas desain dan menghindari interpretasi yang tidak sesuai. Dalam perancangan ini peneliti menggunakan pendekatan Research & Development (R&D) dengan tahapan pengembangan 4-D yaitu: Define, Design, Develop dan Disseminate.

Kata kunci: Graphic Standards Manual, Logo, Gau Maraja, Festival, Balai Pelestarian Nilai Budaya.

Judikatif is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.



1. Pendahuluan

Balai Pelestarian Nilai Budaya Sulawesi Selatan (BPNB Sulsel) menyelenggarakan event festival yang bernama Gau' Maraja. Festival tersebut bertujuan untuk

memajukan kebudayaan yang diselenggarakan oleh Festival ini pertama kali diselenggarakan pada tahun 2019 dirancang sebagai platform multi-event yang bersifat kolaboratif, bertujuan untuk membentuk jejaring ekosistem budaya yang aktif di wilayah kerja BPNB Sulawesi Selatan [1].

Secara etimologi, Gau Maraja berasal dari bahasa Bugis yang terdiri dari dua suku kata yaitu *gau* dan *maraja*. *Gau* atau dari kata *mappigau* dapat diartikan sebagai kegiatan, perhelatan atau pesta sedangkan *maraja* diartikan sebagai sesuatu yang besar dan agung. Kata Maraja juga sering diasosiasikan dengan Saoraja yang berarti rumah kerajaan/istana, yang menjadi perwakilan sebuah keagungan, kekuatan, dan keberagaman suku di Sulawesi Selatan. Saoraja juga merupakan penyimbolan tradisi, aktivitas budaya dan perilaku masyarakat Sulawesi Selatan secara keseluruhan. Sehingga Gau Maraja dapat diartikan sebagai Perhelatan Besar.

Pertunjukan Gau Maraja pertama (I) hingga ketiga (III) dilaksanakan di Kota Makassar. Gau Maraja perdana dilaksanakan di sekitar kawasan Center Point of Indonesia (CPI) pada bulan oktober, tahun 2019 silam dengan tema “Maritime Cultural Art Festival”, pertunjukan kedua (II) di Pantai Akkarena tahun 2020 dengan tema “Mozaik Budaya Jalur Rempah”, Gau Maraja ketiga (III) terlaksana di Benteng Fort Rotterdam, September 2022 dengan tema “Spirit Jalur Rempah Nusantara” dan Gau Maraja keempat (IV) terlaksana di Kabupaten Soppeng pada bulan Juli, 2023 dengan tema “La patau Matanna Tikka. Pertunjukan Gau Maraja (V) direncanakan dilaksanakan lagi pada awal juni 2025 di Kabupaten Maros sekaligus memperingati hari jadi Kabupaten tersebut [2].

Perhelatan Gau Maraja atau GM tentu mendapatkan apresiasi yang banyak baik dari berbagai pihak dalam kegiatannya, akan tetapi juga mendapatkan beberapa saran ataupun kritik dari beberapa pihak, dikutip dari koran Republika seorang peneliti transkrip tradisi lisan Kurniawan menjelaskan bahwa tema besar kegiatan harusnya saling merajut dengan pertunjukan lainnya, sehingga kami para penonton mendapatkan titik fokus pada masing-masing pertunjukan yang disajikan [3]. Bupati Soppeng Andi Kaswadi Razak pada pelaksanaan GM di Kabupaten Soppeng 2023 mengatakan pelaksanaan event tersebut belum bisa dianggap sempurna, pasalnya disadari bahwa banyak kekurangan yang dimiliki selaku penyelenggara [4].

Pada dasarnya fungsi dari sebuah GSM book tersebut adalah sebagai *guideline* atau petunjuk apa yang dapat dan tidak dapat dilakukan (*do and don't*) dalam pengaplikasian logo brand, terdapat rincian penggunaan warna, ukuran, jenis huruf, tata letak, media dan format secara spesifik untuk memastikan konsistensi di semua material promosi dan komunikasi. Tidak hanya menjadi panduan praktis, buku pedoman grafis juga berfungsi sebagai alat perlindungan terhadap penyalahgunaan atau modifikasi yang tidak diinginkan dari sebuah logo. Dengan memberikan arahan yang jelas, GSM (*Graphic Standard Manual*) book menjaga integritas desain dan menghindari interpretasi yang tidak sesuai.

Grafik Standard Manual atau yang disingkat GSM juga dikenali dengan beberapa istilah seperti *Graphic Identity Manual*, *Brand Standard*, *Brand Guidelines*,

Brand Bible dan *Graphic Identity Guidelines*. *Brand standard* atau *Brand Guidelines* merupakan sebuah dokumen atau manual yang mengeksplorasi secara detail elemen desain yang membentuk identitas merek, menentukan tipografi, warna, dan elemen visual, hal tersebut juga mencakup mengenai cara menerapkan merek [5]. Istilah “*Brand Bible*” juga sering digunakan untuk merujuk kepada dokumen yang sama dengan *Graphic Standard Manual*. *Brand bible* mendokumentasikan semangat dan janji dan apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan pada sebuah merek [6].

GSM berfungsi untuk menjaga konsistensi tampilan logo beserta elemen visual (layout, warna, pattern dan lain-lain) pada berbagai media komunikasi visual [7]. GSM terdiri atas petunjuk manual meliputi proses perancangan, konsep serta pengaplikasian *visual identity* itu sendiri. Hal tersebut bertujuan agar *audience* lebih mudah memahami serta mengamati secara fisik atau langsung mengenai *visual identity* yang ditampilkan [8]. *Brand Guideline* berfungsi memastikan konsistensi dalam cara sebuah merek diwakili di berbagai media, dokumen tersebut menyediakan informasi terperinci tentang suatu merek diantaranya yaitu : menyoroti nilai-nilai dan identitas, informasi rinci mengenai identitas visual dan verbal, aturan tentang komposisi, desain, dan penggunaan umum, serta menyajikan contoh dan template materi pemasaran dari merek tertentu [9].

Dalam beberapa kegiatan event GM didapati beberapa inkonsistensi dalam penerapan logo festival, baik secara digital maupun cetak. Hal tersebut dapat dikarenakan belum dipahaminya cara pengaplikasian logo tersebut oleh pihak penyelenggara, dari hasil wawancara pada pihak informan BPNB belum terdapat *graphic standard manual book* atau GSM dari desain logo Gau Maraja. Seperti pada Gambar 1 yang merupakan poster Gau Maraja Lapatau yang diselenggarakan di kab. Soppeng 2023 [10]. Lihat pada gambar 1 yang tersaji di bawah ini.



Gambar 1. Poster Digital Gau Maraja.

Pada poster tersebut menggunakan logo GM dengan masih mengusung tema logo yang sama dengan logo GM pada tahun 2019 dengan tema *Maritime Cultural Art Festival*. Rancangan Logo GM terdiri logo utama dan logo tema dimana pada bentuk lingkaran pada posisi kanan atas logo merupakan ikonografi yang sebenarnya dapat diisi dengan ilustrasi monoline icon yang disesuaikan dengan tema yang diusung, monoline ikonografi seharusnya dapat diubah disesuaikan dengan tema GM setiap tahunnya, lihat pada gambar 2 berikut ini.



Gambar 2. Dokumentasi Gau Maraja.

Pada Gambar 2 adalah foto dokumentasi kegiatan yang ditambahkan logo GM akan tetapi telah dimodifikasi dan tidak sesuai dengan bentuk asli dari logo Gau Maraja [11]. logo tema yang berbentuk ikonografi juga masih menggunakan ikonografi logo dari kegiatan GM pada tahun 2019 yang telah berlangsung di beberapa tahun sebelumnya. Tema event seharusnya dituliskan di bawah logo utama dan menjadi sebuah satu kesatuan tulisan dari logo utama [12].



Gambar 3. Foto Signage Sekretariat GM di Soppeng

Signage Sekretariat GM Lapatau yang berada pada Kab. Soppeng pada Gambar 3. Menempatkan logo GM ke dalam logo yang menjadi logo tema untuk perhelatan GM di Kab. Soppeng pada tahun 2023. Selain pada signage sekretariat tersebut, logo tersebut juga banyak diterapkan dalam media lain baik berupa digital maupun cetak seperti baliho, poster ataupun *photo template* dalam berbagai postingan media sosial maupun website. Hal tersebut dapat dipahami sebagai kurangnya sosialisasi ataupun informasi penggunaan logo dari brand Gau Maraja.

Logo Brand dari Gau Maraja, pada dasarnya telah dirancang oleh Tim A sejak tahun 2019 (Gambar 4.), Logo utama GM berfokus dalam memberikan impresi

dan informasi mengenai kejelasan identitas festival kepada khalayak.



Gambar 4. Logo utama dan Logo tema GM 2019.

Pada proses perancangan sebuah logo, designer membuat aturan ataupun *guidelines* dimana penggunaan logo hanya dapat diproduksi dari *Digital Master Artwork*, logo yang sudah ada merupakan satu kesatuan aset identitas dan tidak boleh dipisahkan atau dikomposisi ulang, kecuali terdapat proses *rebranding* (melakukan proses brand ulang) yang dilakukan oleh pihak pemilik logo. Perubahan logo dapat merubah citra ataupun identitas yang dapat menyebabkan misinformasi terhadap khalayak.

Pada dasarnya logo merupakan bentuk komunikasi visual publik menjadi mutlak dalam melakukan pendekatan kepada masyarakat utamanya dalam membangun persepsi tertentu [13]. Logo merupakan salah satu komponen terpenting dalam sebuah merek karena memberikan informasi untuk menunjukkan kepribadian merek dan mengungkapkan apa yang ditawarkan merek tersebut kepada orang-orang [14]. Logo juga erat dengan citra yang ingin disampaikan kepada *target audience*. Citra tersebut timbul karena pemahaman sesuatu kenyataan, pemahaman tersebut muncul dari berbagai sumber, salah satunya adalah opini publik maupun media massa [15]. Hal tersebut dikarenakan Logo merupakan bagian dari identitas visual yang mewakili dari event Gau Maraja itu sendiri. Terdapat beberapa elemen yang merupakan bagian dari sebuah *Visual Brand Identity* atau identitas visual sebuah brand seperti logo, tipografi, warna, simbol, gambar dan lain-lain yang mengekspresikan karakteristik dari nilai intangible sebuah brand [16].

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk merancang sebuah *GSM Book* dari logo brand Gau Maraja agar dapat menjadi referensi pedoman dalam penggunaannya, penelitian ini juga dapat menjadi salah satu referensi dalam pembuatan *Graphic Standard Manual Book* pada perancangan logo festival yang akan diselenggarakan selanjutnya.

2. Metodologi Penelitian

Metode R&D dikembangkan oleh Borg dan Gall Pada tahun 1980-an sebagai model desain penelitian pendidikan yang akhirnya banyak diadopsi dalam perancangan banyak hal yang disesuaikan dengan kebutuhannya. Pada dasarnya, R&D dapat digunakan

dalam proses mengembangkan produk baru atau menyempurnakan produk yang sudah ada.

R&D dapat dibagi dalam tiga jenis yaitu: penelitian dasar, penelitian terapan, dan pengembangan eksperimental. Dalam penelitian ini lebih fokus kepada pengembangan eksperimental dengan memanfaatkan pengetahuan yang didapatkan dari penelitian dan pengalaman praktis dan menghasilkan pengetahuan tambahan untuk meningkatkan produk atau proses yang telah ada sebelumnya.

Dalam Oktapatrioka dijelaskan bahwa menurut Richey dan Nelson terdapat dua tipe dalam proses *Development*, Tipe pertama difokuskan pada pendesainan dan evaluasi atas produk atau program tertentu dengan tujuan agar diperoleh gambaran tentang proses pengembangan dan mempelajari kondisi yang mendukung bagi implementasi program tersebut. Adapun tipe kedua adalah fokus terhadap pengkajian program dalam pengembangan yang dilakukan sebelumnya, tujuannya adalah ini adalah untuk memperoleh gambaran tentang prosedur pendesainan dan evaluasi yang efektif [17]. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian dan pengembangan ini menggunakan 4D yang merupakan singkatan dari Define, Design, Development dan Dissemination yang dikembangkan oleh S. Thiagarajan, Dorothy S. Semmel, dan Melvyn I. Semmel pada tahun 1974 [18].

2.1. Define

Pada proses Define fokusnya adalah mendefinisikan permasalahan ataupun tujuan dari pembuatan GSM ini, berbagai jenis data dikumpulkan salah satu diantaranya adalah melalui wawancara langsung kepada pihak perwakilan BPNB. Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan informan BPNB diketahui bahwa beberapa kesalahan pengaplikasian logo GM dikarenakan kurangnya koordinasi penyelenggara sehingga terjadi perubahan logo sebelumnya dan tidak dikonfirmasi ke pihak BPNB pusat.

Beberapa data juga diperoleh melalui observasi, dokumentasi, studi pustaka yang telah dilakukan, melakukan proses *benchmarking* pada beberapa GSM juga dilakukan untuk mendapatkan insight mengenai struktur dan konten yang efektif seperti pada GSM Brand Pariwisata Sulawesi Selatan dan GSM Brand identity Kab. Bantaeng, Brand Pariwisata Kab. Maros [15]. Visual Identitas Cemara Ceramics dan *Graphic Standard Manual* Semarcolid [19],[20].

Dengan perancangan buku GSM baik cetak maupun digital tentu dapat mempermudah penyelenggaraan baik Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Sulawesi Selatan sebagai *inisiator* kegiatan, berbagai pihak terkait yang diajak bekerjasama dan tim desainer untuk mengaplikasikan logo tersebut pada berbagai media.

2.2. Design

Pada proses *Design* dilakukan rangkuman materi informasi yang akan dimasukkan ke dalam GSM (*Graphic Standard Manual*) Gau Maraja, hal tersebut mempertimpangkan dari data-data yang telah ditemukan melalui proses wawancara dan observasi, pada tahapan ini juga dilakukan mengumpulkan beberapa referensi dalam pembuatan GSM.

Skema penyusunan halaman, materi isi dan cover dilakukan pada tahapan ini. Adapun beberapa materi yang akhirnya menjadi fokus dalam pembuatan GSM ini antara lain yaitu:

1. Tentang BPNB *Maritime Culture Art Festival*
2. Logo & Identitas Gau' Maraja
3. Jenis Huruf
4. Komponen Visual Acara
5. Aplikasi Media Cetak
6. Aplikasi Media Digital

Pada halaman awal GSM akan berisi mengenai pengenalan event yang diselenggarakan oleh pihak BPNB, kemudian dilanjutkan dengan pengenalan logo dan identitas dari GM, GSM juga memberikan panduan penggunaan huruf /font komponen visual dari GM dan diakhiri dengan informasi mengenai pengaplikasian logo pada media cetak maupun digital.

2.3. Develop

Pada tahapan ini dilakukan konversi konsep perancangan menjadi buku *Graphic Standard Manual* (GSM), pada proses cetak dilakukan beberapa kali percobaan untuk diuji secara *internal* dan *external*, baik secara konten, bahan GSM, hasil dan tampilan cetakan untuk kemudian dilakukan evaluasi dan dilakukan cetakan ulang hingga mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan dari perancangan.



Gambar 5. Cover GSM GM (Dok. Pribadi, 2023).



Gambar 6. Daftar isi GSM GM (Dok. Pribadi, 2023).



Gambar 7. Contoh penggunaan yang salah terhadap logo GM

Pada halaman ini merupakan penjelasan mengenai panduan menggunakan logo dan apa yang tidak boleh dilakukan terhadap logo, Panduan *do and don't* pada GSM dapat menghindari improvisasi yang tidak perlu terhadap logo jika akan digunakan oleh pihak-pihak tertentu.



Gambar 8. Aplikasi logo GM cetak dan digital

Pada Gambar 5, 6, 7 dan 8, merupakan desain cover, daftar isi, keterangan penggunaan yang tidak tepat terhadap logo dan contoh pengaplikasian logo dan supergrafis jika diaplikasikan pada media-media tertentu seperti pada bendera ataupun konten postingan pada media sosial.

2.4. Dissemination

Proses *disseminate* melibatkan cara penyebaran hasil perancangan GSM, pada tahapan ini dilakukan sosialisasi kepada pihak BPNB sebagai penyelenggara Gau Maraja sekaligus penyerahan GSM baik dalam bentuk cetak maupun *digital file* agar dapat dimanfaatkan dan diaplikasikan pada kegiatan Gau Maraja yang akan diselenggarakan selanjutnya.



Gambar 7. Penyerahan GSM GM kepada Pihak BPNB

Pada Gambar 7. Merupakan dokumentasi penyerahan GSM yang diberikan kepada Ibu Ani Andriany yang merupakan penanggung jawab penyelenggaraan event Gau Maraja selanjutnya di tahun 2024.

3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk merancang Graphic Standard Manual (GSM) Book untuk logo Festival Gau Maraja dengan menggunakan pendekatan Research & Development (R&D) dan model pengembangan 4-D (Define, Design, Develop, Disseminate).

Pada dasarnya GSM sangat penting untuk menjaga konsistensi visual sebuah logo. GSM tersebut dapat menjadi panduan dalam pengaplikasian logo Gau Maraja secara tepat dan konsisten di berbagai media dan situasi. Perancangan GSM Book dengan pendekatan 4-D berhasil dilakukan dan dapat menjadi panduan dalam penggunaan logo Festival Gau Maraja dan dapat menjadi referensi dalam pembuatan GSM event-event lain di masa depan.

Tahap *Define* membantu dalam mengidentifikasi permasalahan dan kebutuhan utama dalam penelitian, pada tahapan *Design* dan *Develop* menghasilkan GSM yang dapat merinci aspek identitas dan penggunaan logo, dari warna hingga tata letak secara komprehensif, pada tahapan *Disseminate* dilakukan serah terima dan sosialisasi internal mengenai GSM GM pada pihak BPNB.

4. Kesimpulan

Event Gau Maraja memiliki permasalahan mengenai pengaplikasian logo, kurangnya sosialisasi, koordinasi serta belum memiliki Grafik Standard Manual menjadi menjadi beberapa penyebabnya. Metode R&D dengan pengembangan 4-D yaitu: Define, Design, Develop dan Disseminate membuat penelitian ini menjadi lebih terstruktur. Penelitian ini menghasilkan GSM Gau Maraja, yang dapat digunakan sebagai standarisasi pengaplikasian logo di berbagai media.

Daftar Rujukan

- [1] Bpnbsulsel, (2024). "Gau' Maraja," Balai Pelestarian Nilai Budaya Sulawesi Selatan. <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpnbsulsel/festival-gau-maraja/>
- [2] Endra, (2024). "Silaturahmi Kekerabatan Menyambut Gau Maraja La Patau Maros 2025," Fajar Sulsel.

- <https://sulsel.fajar.co.id/2024/05/01/silaturrehmi-kekerabatan-menyambut-gau-maraja-la-patau-maros-2025/>
- [3] K. M. F. Republika, (2024). "Catatan Tentang 'Gau Maraja' Sulawesi Selatan 2019-2022 diplomasi," <https://diplomasi.republika.co.id/posts/192384/catatan-tentang-gau-maraja-sulawesi-selatan-2019-2022>
 - [4] Kurniawan, (2024). "Pemkab Soppeng Gelar Festival Budaya Gau Maraja La Patau Matanna Tikka," Berita Lintas Sulawesi. <https://lintascelebes.com/2023/07/25/pemkab-soppeng-gelar-festival-budaya-gau-maraja-la-patau-matanna-tikka/>
 - [5] Lalaounis, S. T. (2020). *Creating brand identity. Strategic Brand Management and Development Creating and Marketing*, 59–99. <https://doi.org/10.4324/9780429322556-3>
 - [6] Alessandri, S. W. (2012). Book Review: Brand Identity Essentials: 100 Principles for Designing Logos and Building Brands. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 89(1), 135–136. <https://doi.org/10.1177/1077699011430359>
 - [7] Nurdiansyah, A. M., Mulyana, D., Rahmawaty, D., & Wardana, K. A. (2023). Perancangan Visual Graphic Standard Manual Untuk Logo Semarcold. *Jurnal Desain-Kajian Bidang Penelitian Desain*, 3(2), 489-503.
 - [8] D. A. Hidayat, (2024). "Pentingnya Graphic Standard Manual Sebagai Identitas Visual DJKN di Media Sosial". <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-jatim/baca-artikel/15921/Pentingnya-Graphic-Standard-Manual-Sebagai-Identitas-Visual-DJKN-di-Media-Sosial.html>
 - [9] Mogaji, E. (2019). *Brand Guideline*. <https://doi.org/10.31124/advance.7582217>
 - [10] Lapatau.id, (2024). "Rundown Acara Festival Budaya 'Gau Maraja La Patau Soppeng' – Perwira Lapatau." <https://lapatau.id/2023/07/09/rundown-acara-festival-budaya-gau-maraja-la-patau-soppeng/>
 - [11] Radinal, (2023). "Kirab Budaya Menghiasi Jalanan Soppeng dalam Festival Gau Maraja La Patau Matanna Tikka Soppeng 2023," Kirab Budaya Menghiasi Jalanan Soppeng dalam Festival Gau Maraja La Patau Matanna Tikka Soppeng 2023. <https://www.narasi.id/2023/07/kirab-budaya-menghiasi-jalanan-soppeng.html>
 - [12] Sekretariat doc, (2023). "Contributions by Sekretariat Panitia Gau Maraja La Patau Soppeng 2023," Contributions by Sekretariat Panitia Gau Maraja La Patau Soppeng 2023. <https://rb.gy/fbua90>
 - [13] Rahmat Zulfikar, Ahmad Ade Nugraha, & Adelia. (2023). Design Thinking Sebagai Metode Perancangan Logo Perayaan Ulang Tahun Kota Makassar 416 Tahun. *Jurnal Dimensi DKV: Seni Rupa Dan Desain*, 8(2), 239–253. <https://doi.org/10.25105/jdd.v8i2.17638>
 - [14] Soetjipto, S. H., & Satyagraha, A. (2020). Destination Branding Semarang Chinatown as a Cultural Heritage Site. *International Conference of Innovation in Media and Visual Design*, 1(1), 94–108. <https://doi.org/10.31937/imdes.v1i1.1123>
 - [15] B. P. Sari, (2020). "Branding Destinasi Wisata Kabupaten Maros," PhD Thesis, Fakultas Seni dan Desain, 2020. <http://eprints.unm.ac.id/17992/>
 - [16] Mariati, M. (2020). Perancangan Visual Brand Identity Festival Imlek Kota Tanjung Pinang. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain*, 5(2), 143–146. <https://doi.org/10.25105/jdd.v5i2.7952>
 - [17] Okpatrioka, O. (2023). Research and development (R&D) penelitian yang inovatif dalam pendidikan. Dharma Acariya Nusantara: *Jurnal Pendidikan, Bahasa dan Budaya*, 1(1), 86-100. <https://doi.org/10.47861/jdan.v1i1.154>
 - [18] Mesra, R. (2023). Research & Development Dalam Pendidikan. <https://doi.org/10.31219/osf.io/d6wck>
 - [19] Marhendra, A. A. N. G., Budiwaspada, A. E., & Nilotama, S. K. L. (2021). Perancangan Identitas Visual Rebranding Citra Perusahaan Cemara Ceramics (Design of Cemara Ceramics' Visual Rebranding Identity). *Jurnal Seni Dan Reka Rancang: Jurnal Ilmiah Magister Desain*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.25105/jsrr.v4i1.9967>
 - [20] Nurdiansyah, A. M., Mulyana, D., Rahmawaty, D., & Wardana, K. A. (2023). Perancangan Visual Graphic Standard Manual Untuk Logo Semarcold. *Jurnal Desain-Kajian Bidang Penelitian Desain*, 3(2), 489-503. <http://dx.doi.org/10.33376/jdes.v3i2.1857>