

## Penciptaan Gambar Ilustrasi Untuk Meningkatkan *Personal Branding* CV Pustaka Cemerlang

**Zakkiya Fauzia**

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain  
Universitas Pembangunan “Nasional” Veteran Jawa Timur

**Aninditya Daniar**

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain  
Universitas Pembangunan “Nasional” Veteran Jawa Timur

Alamat: Jl. Rungkut Madya Gunung Anyar, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

Korespondensi penulis: [21052010075@student.upnjatim.ac.id](mailto:21052010075@student.upnjatim.ac.id) & [aninditya.daniar.dkv@upnjatim.ac.id](mailto:aninditya.daniar.dkv@upnjatim.ac.id)

**Abstract.** *Humans as a visual creature has the ability to process visual data better than other kinds of data. Therefore in this on going developing digital era the use of digital illustration is considered more beneficial and effective as promoting media. This journal will discuss the connection between illustration and the company's personal branding especially illustration as its visual, concept, theme, idea, story or text presentation media. Illustration is considered as an effective way in deliberating a complex concept to readers or consumers. That is why illustration can be a one of the effective design elements to expose and explain company's values and characters. By using illustration pictures, companies can drag more the audience's attention.*

**Keywords:** *Illustrations, Personal Branding, Promotion Media*

**Abstrak.** Sebagai makhluk visual, manusia memiliki kemampuan untuk memproses data visual lebih baik daripada data lainnya. Oleh karena itu, dalam era digital yang terus berkembang, penggunaan media digital ilustrasi menjadi lebih bermanfaat dan efektif dalam media promosi. Jurnal ini akan membahas keterkaitan gambar ilustrasi dengan *personal branding* suatu perusahaan terutama dalam konteks ilustrasi sebagai media presentasi visual konsep, tema, dan ide. Ilustrasi dianggap memiliki keunggulan dalam menerangkan konsep-konsep kompleks dengan hasil yang lebih dapat diterima oleh pembaca atau konsumen sehingga ilustrasi dapat menjadi elemen desain yang efektif untuk membantu mencerminkan dan menjelaskan nilai-nilai serta karakter perusahaan. Dengan adanya penggunaan gambar ilustrasi, perusahaan dapat menarik lebih banyak perhatian *audiens*.

**Kata kunci:** *Ilustrasi, Personal Branding, Media Promosi*

### LATAR BELAKANG

Dalam buku *Exploring Illustration* dijelaskan bahwa ilustrasi adalah seni yang memiliki hubungan dalam proses suatu pembuatan suatu gambar, foto, atau diagram yang bentuknya dapat berupa, naskah, ucapan, atau elektronik. (Menurut Bossert, 1984) Gambar ilustrasi memiliki keterkaitan dengan seni rupa dua dimensi. Gambar ilustrasi dapat menjadi salah satu media yang digunakan untuk mempresentasikan gambaran visual atau visualisasi dari suatu konsep, tema, ide, cerita, atau teks agar dapat membantu

*Received September 19, 2023; Revised Oktober 25, 2023; Accepted November 28, 2023*

*\* Zakkiya Fauzia ,21052010075@student.upnjatim.ac.id*

pembaca untuk memahami makna dari tulisan tersebut. Ilustrasi berasal dari kata latin *illustrare* yang berarti menerangi atau memurnikan. Dalam kamus *The American Heritage of The English Language*, *illustrate* mempunyai arti memperjelas atau memberi kejelasan melalui contoh, analogi atau perbandingan, mendekorasi. Melalui arti tersebut, dapat dipahami bahwa ilustrasi memiliki keunggulan untuk dapat menerangkan atau menjelaskan suatu konsep, tema, ide, cerita, atau teks dengan hasil yang dapat diterima lebih baik oleh pembaca atau konsumen. Dalam *personal branding*, ilustrasi memiliki keterkaitan dalam penggunaan elemen desain tertentu yang dapat mencerminkan dan menjelaskan nilai-nilai serta karakter perusahaan secara efektif. Dengan menggunakan gambar yang mendukung misi dan visi perusahaan, ilustrasi dapat membantu perusahaan untuk membangun hubungan emosional serta ketertarikan dengan konsumen.

Dalam era digital yang terus berkembang, peran *personal branding* telah menjadi hal yang cukup krusial, terutama dalam bidang bisnis seperti CV Pustaka Cemerlang yang bergerak di bidang penerbitan dan perbukuan. Dalam sebuah proses pemasaran, *branding* merupakan langkah penting untuk menciptakan persepsi dan identitas personal dari sebuah nama suatu merk (Shimp, 2003:442). *Brand* tidak hanya bicara soal nama, namun juga nilai atau representasi dari produk, perusahaan atau orang. Untuk melakukan hal ini, dibutuhkan sebuah alat untuk menyampaikan pesan. Dengan citra merk yang kuat dan terjabarkan dengan baik dapat membuat perusahaan menjadi lebih menarik dan menunjukkan citra yang dapat diandalkan sehingga dapat lebih dipercayai oleh konsumen. Selain konsumen, *personal branding* yang baik juga dapat menarik ilustrator lain untuk bekerja sama dengan perusahaan karena mereka lebih cenderung untuk bergabung dengan perusahaan yang memiliki reputasi baik. *Personal branding* tidak hanya mencakup citra visual, melainkan juga kesan dan pengalaman yang diterima oleh khalayak umum. Oleh karena itu, *personal branding* menjadi peran penting untuk mempermudah upaya pemasaran dan promosi. Konsumen yang sudah mengenal citra perusahaan akan lebih cenderung merespon pemasaran produk yang sudah dikenalnya, baik secara *online* maupun *offline*. Sebagai salah satu perusahaan yang berkecimpung di industri ini, CV Pustaka Cemerlang memiliki tantangan dan peluang unik dalam membentuk dan memperkuat *personal branding* mereka.

Pentingnya *personal branding* terletak pada kemampuannya untuk memberikan identitas yang kuat, meyakinkan, dan menggambarkan nilai-nilai inti perusahaan kepada khalayak. Dalam konteks ini, media ilustrasi menjadi sarana yang semakin penting untuk menyampaikan pesan-pesan ini secara kreatif dan efektif. Media ilustrasi memiliki kekuatan untuk menciptakan koneksi emosional, membangun daya tarik visual, dan membentuk ingatan jangka panjang di benak konsumen.

Dalam program studi Desain Komunikasi Visual (DKV) mahasiswa dibekali dengan pengertian mengenai peranan media ilustrasi baik secara tradisional maupun digital dalam lingkup kehidupan maupun pekerjaan. Penggunaan media ilustrasi dapat menjadi alat visual yang digunakan untuk menyampaikan pesan, nilai, dan citra perusahaan dengan cara yang lebih menarik perhatian dan kreatif. Media ilustrasi memiliki potensi lebih untuk memperkuat *personal branding* sebuah perusahaan, menarik perhatian calon pelanggan, dan membedakan CV Pustaka Cemerlang dari pesaingnya. Oleh karena itu, dengan adanya program magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) PKKMM penulis diberikan kesempatan langsung untuk melakukan praktik secara nyata mengenai penggunaan media ilustrasi sebagai alat strategis dalam upaya meningkatkan *personal branding* di CV Pustaka Cemerlang. Dari uraian yang sudah disampaikan sebelumnya, rumusan masalah yang didapat oleh penulis yaitu bagaimana penciptaan gambar ilustrasi dapat meningkatkan *personal branding* CV Pustaka Cemerlang? Bagaimana bentuk visualisasi gambar ilustrasi yang digunakan untuk meningkatkan *personal branding* CV Pustaka Cemerlang?

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Ilustrasi**

Secara etimologi, ilustrasi berasal dari bahasa latin "*Illustrare*" yang memiliki arti menjelaskan atau menerangkan. Sedangkan secara terminologi, ilustrasi memiliki arti sebagai suatu gambar (foto atau lukisan) yang berfungsi untuk memperjelas atau menerangkan isi buku, karangan, dan sebagainya. Menurut Rohidi (1984:87) gambar ilustrasi memiliki keterkaitan dengan seni rupa, gambar ilustrasi adalah penggambaran sesuatu melalui elemen rupa untuk lebih menerangkan, memerindah, atau memperjelas

suatu teks agar pembaca dapat mendapat visualisasi dan ikut merasakan secara langsung dari sifat-sifat gerak dan kesan dari cerita yang disampaikan.

### ***Personal Branding***

Dalam sebuah proses pemasaran, *branding* merupakan langkah penting untuk menciptakan persepsi dan identitas personal dari sebuah nama suatu merk (Shimp, 2003:442). *Brand* tidak hanya bicara soal nama, namun juga nilai atau representasi dari produk, perusahaan atau orang. Personal branding tidak hanya mencakup citra visual, melainkan juga kesan dan pengalaman yang diterima oleh khalayak umum. Oleh karena itu, personal branding menjadi peran penting untuk mempermudah upaya pemasaran dan promosi. Konsumen yang sudah mengenal citra perusahaan akan lebih cenderung merespon pemasaran produk yang sudah dikenalnya, baik secara online maupun offline.

### **Keterkaitan Ilustrasi dan *Personal Branding***

Pada *personal branding* sebuah perusahaan penerbitan, gambar ilustrasi memiliki keterkaitan dalam penggunaan elemen desain tertentu yang dapat mencerminkan dan menjelaskan nilai-nilai serta karakter perusahaan secara efektif. Dengan menggunakan gambar yang mendukung misi dan visi perusahaan, ilustrasi dapat membantu perusahaan untuk membangun hubungan emosional serta ketertarikan dengan konsumen. Dalam konteks ini, media ilustrasi menjadi sarana yang semakin penting untuk menyampaikan pesan-pesan ini secara kreatif dan efektif. Media ilustrasi memiliki kekuatan untuk menciptakan koneksi emosional, membangun daya tarik visual, dan membentuk ingatan jangka panjang di benak konsumen.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian penciptaan gambar ilustrasi untuk meningkatkan personal branding CV Pustaka Cemerlang adalah penelitian kualitatif. Dikutip dari situs Kementerian Keuangan RI (Kemenkeu) *Memahami Metode Penelitian Kualitatif (2019)*, metode kualitatif merupakan metode yang memiliki fokus lebih mendalam pada pengamatan. Menurut Maleong, metode kualitatif adalah sebuah penelitian ilmiah yang memiliki tujuan untuk memahami suatu fenomena atau permasalahan dengan memfokuskan proses interaksi komunikasi antara peneliti dengan

permasalahan yang akan dibahas. Tujuan dari metode kualitatif adalah untuk dapat menemukan informasi sedetail-detailnya. Semakin banyak data yang dimiliki, maka akan mempengaruhi kualitas penelitian. Data yang didapat melalui metode kualitatif bersifat subjektif karena diolah oleh peneliti itu sendiri yang berdasarkan pada asumsi, keyakinan, pendapat serta emosi dan perasaan pribadi.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik observasi yaitu teknik pengumpulan data melalui pengamatan dan analisis melalui hasil gambar ilustrasi yang sudah dibuat oleh CV Pustaka Cemerlang itu sendiri dan berbagai sumber lainnya yang memiliki keterkaitan serupa. Proses penciptaan gambar ilustrasi untuk meningkatkan *personal branding* CV Pustaka Cemerlang dilakukan penuh melalui media digital.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Ilustrasi memiliki keunggulan untuk dapat menerangkan atau menjelaskan suatu konsep, tema, ide, cerita, atau teks dengan hasil yang dapat diterima lebih baik oleh pembaca atau konsumen. Sehingga dalam *personal branding* suatu perusahaan terutama perusahaan penerbitan, gambar ilustrasi memiliki peran penting untuk dapat menggambarkan citra merek yang kuat dan mencerminkan nilai-nilai serta karakter perusahaan secara efektif. Gambar ilustrasi harus bisa menyesuaikan konsep wajah perusahaan. Dalam penelitian ini, CV Pustaka Cemerlang saat ini berfokus pada penerbitan buku serta majalah anak-anak. Sehingga gambar ilustrasi yang diciptakan untuk membangun *personal branding* harus dapat menciptakan kesan yang mendalam dan menarik bagi target *audiens* yaitu anak-anak dan orang tua. Pemilihan konsep yang ceria dan berwarna merupakan contoh umum konsep ilustrasi yang disukai oleh anak-anak.

Penciptaan Gambar Ilustrasi untuk Meningkatkan *Personal Branding* CV Pustaka Cemerlang melalui beberapa tahapan serta analisis yang mendalam sesuai dengan target pasar yang dituju. Tahapan-tahapan tersebut mencakup proses riset dan analisis, penentuan konsep, pengembangan konsep, eksekusi, evaluasi dan revisi hingga akhirnya mencapai hasil final. Berikut adalah tahap-tahapan yang dilalui oleh penulis dalam Penciptaan Gambar Ilustrasi untuk meningkatkan *Personal Branding* CV Pustaka Cemerlang:

## **Analisis Tema**

Tahapan awal pada proses penciptaan gambar ilustrasi untuk meningkatkan *personal branding* CV Pustaka Cemerlang adalah dengan menganalisis tema. Tahap ini merupakan tahap paling penting yang dilakukan dalam proses penciptaan gambar ilustrasi karena dapat membantu penulis untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam terkait dengan tema yang diangkat. Analisis tema dapat membuat penulis fokus pada penciptaan gambar ilustrasi yang dituju, memudahkan penulis untuk dapat memodifikasi dan menentukan pola ide yang akan dituangkan pada gambar ilustrasi. Pada penciptaan gambar ilustrasi kali ini, penulis mendapat konsep buku aktivitas anak dengan tema Sidoarjo kebanggaanku untuk dianalisis.

Dari konsep buku aktivitas anak, penulis dapat mulai menemukan titik fokus untuk gambar ilustrasi yang akan dibuat. Penciptaan gambar ilustrasi kali ini akan mengusung konsep ceria, tidak terlalu kompleks tetapi tetap menarik mata, serta menjadikan gambar ilustrasi seorang anak perempuan sebagai tokoh utama dalam mempromosikan buku aktivitas anak bertema Sidoarjo kebanggaanku.

## **Riset Visual**

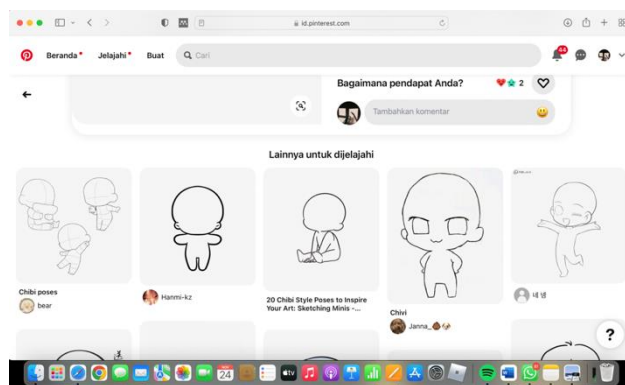
Setelah melalui tahap analisis, selanjutnya adalah melakukan riset visual dari konsep yang sudah didapat. Riset visual dilakukan untuk membantu penulis agar dapat memahami konsep dan ide yang sudah ditentukan dengan lebih konkret dan visual dengan melibatkan eksplorasi bentuk, warna, dan tekstur yang dapat mengawali proses kreatif dan menghasilkan ide-ide baru. Tidak hanya itu, riset visual juga membantu penulis untuk mempelajari tren terkini, preferensi pengguna, dan mengidentifikasi inspirasi yang didapat dari berbagai sumber visual. Dalam penciptaan gambar ilustrasi ini, penulis melakukan riset dengan membandingkan visual dari media promosi CV Pustaka Cemerlang sebelumnya di Instagram dan perusahaan lainnya yang terkait. Setelahnya penulis kembali melakukan riset dengan mengumpulkan referensi untuk tema buku aktivitas anak.



Gambar 1. Tahap riset visual. *Feeds* promosi CV Pustaka Cemerlang di Instagram.

Gambar 2. Tahap riset visual. *Feeds* promosi Ziyad Books Official di Instagram.

(Sumber: Pribadi)



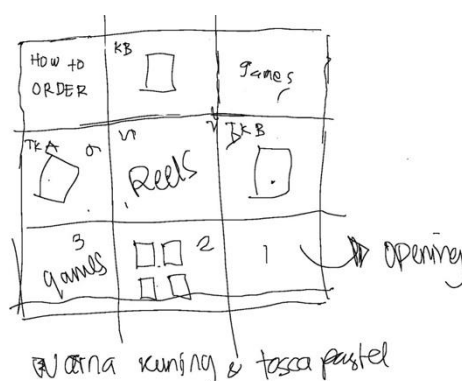
Gambar 3. Tahap riset visual. Mencari referensi pose untuk tokoh anak.

(Sumber: Pribadi)

## Sketsa Awal

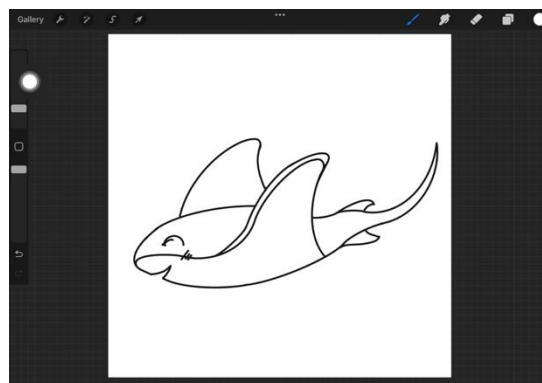
Setelah melakukan riset dengan perbandingan dan mengumpulkan referensi, tahap selanjutnya adalah melakukan sketsa awal. Sketsa awal merupakan coretan cepat dan kasar yang dibuat oleh penulis dengan tujuan untuk dapat menggambarkan hasil ide atau konsep melalui riset yang sudah dilakukan. Penulis menggambarkan sketsa awal dalam format *grid* Instagram untuk memberikan gambaran secara garis besar dalam penempatan gambar ilustrasi yang akan dibuat dan ditambahkan bersama dengan *mockup*,

deskripsi, tipografi, dan lainnya. Tidak hanya untuk menentukan bentuk ilustrasi, sketsa awal juga digunakan penulis sebagai proses *brainstorming* untuk menentukan tone dan palet warna yang akan digunakan baik pada *background*, tipografi yang akan digunakan, maupun gambar ilustrasi. Setelah pembuatan *grid*, penulis mulai membuat sketsa kasar dari gambaran ilustrasi yang sudah ditentukan dengan menggunakan media digital karena lebih mudah untuk melakukan revisi, dikerjakan dimanapun, dan dapat langsung melalui proses eksekusi.



Gambar 4. Sketsa awal. Sketsa kasar *feeds* Instagram.

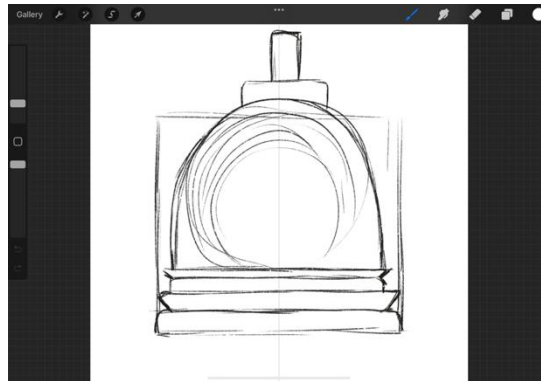
(Sumber: Pribadi)



Gambar 5. Sketsa awal. Sketsa kasar ilustrasi ikan pari.

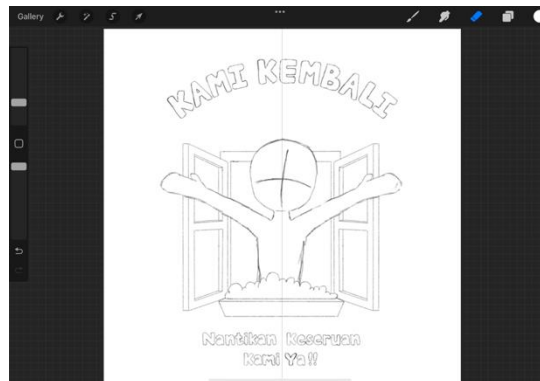
(Sumber: Dokumen Pribadi)





Gambar 6. Sketsa awal. Sketsa kasar ilustrasi candi.

(Sumber:Dokumen Pribadi)



Gambar 7. Sketsa awal. Sketsa kasar ilustrasi pose anak membuka jendela.

(Sumber:Dokumen Pribadi)

## Eksekusi

Setelah didapat sketsa awal, tahap selanjutnya adalah eksekusi. Tahap ini merupakan pengerjaan final dari beberapa gambar ilustrasi yang sudah dibuat sebelumnya dalam bentuk sketsa kasar. Tahap eksekusi diawali dengan memindahkan sketsa kasar yang sudah dibuat pada *file* baru. Kemudian sketsa kasar tersebut dibuat kembali dengan hati-hati agar dapat menjadi *lineart* baru yang lebih jelas dan rapi. Setelahnya juga penulis menambahkan beberapa detail baru untuk melengkapi *lineart* yang sudah dibuat agar terlihat lebih nyata. Perangkat lunak yang digunakan pada tahap ini adalah aplikasi *procreate* di iPad.

Setelah proses pembuatan *lineart*, selanjutnya adalah proses *coloring* atau pewarnaan. Pengambilan warna pada proses *coloring* menyesuaikan dengan proses *brainstorming* yang sudah dilakukan pada tahap sketsa awal. Pemilihan warna pada

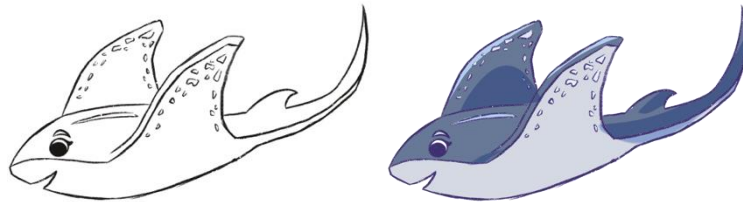
gambar ilustrasi umumnya didominasi oleh warna biru. Setelah menentukan palet warna, langkah selanjutnya adalah pewarnaan *base color* atau warna dasar. Kemudian dilanjutkan dengan menambahkan bayangan dan cahaya sehingga terbentuk gradasi warna. Penambahan bayangan dan cahaya juga berfungsi untuk menambahkan detail pada gambar ilustrasi agar tidak terlalu flat.

Tahap eksekusi merupakan tahap yang paling penting dan penulis sangat memperhatikan tahap ini agar mendapatkan hasil yang sesuai. Melalui tahap ini, penulis memiliki harapan untuk dapat menyampaikan maksud yang terkandung dalam gambar ilustrasi yang telah dibuat. Berikut beberapa arti dari pembuatan gambar ilustrasi untuk membantu perusahaan menjelaskan maksud dari media promosi yang dibuat:

1. Ilustrasi Ikan Pari: Pembuatan gambar ilustrasi ikan pari ini ditujukan sebagai bentuk media interaktif dalam promosi buku aktivitas anak bertema Sidoarjo kebanggaanku. Ilustrasi ini nantinya akan ditempatkan pada *feed* yang berisi permainan tebak kata. Pemilihan penggunaan ilustrasi pada permainan tebak kata adalah untuk menarik perhatian *audiens* terutama untuk anak-anak serta mengenalkan salah satu bentuk gaya ilustrasi yang dimiliki CV Pustaka Cemerlang.
2. Ilustrasi Candi: Pembuatan gambar ilustrasi candi juga ditujukan sebagai bentuk media interaktif dalam promosi buku aktivitas anak bertema Sidoarjo kebanggaanku bersama dengan gambar ilustrasi ikan pari. Ilustrasi ini nantinya akan ditempatkan pada *feed* yang berisi permainan tebak kata. Pemilihan penggunaan ilustrasi pada permainan tebak kata adalah untuk menarik perhatian *audiens* terutama untuk anak-anak serta mengenalkan salah satu bentuk gaya ilustrasi yang dimiliki CV Pustaka Cemerlang.
3. Ilustrasi Udang dan Bandeng: Pembuatan gambar ilustrasi udang dan bandeng ini ditujukan sebagai bentuk visual dari pengertian yang akan disampaikan. Pada *feed* ini, CV Pustaka Cemerlang ingin mengenalkan ciri khas Sidoarjo dengan menggambarkan karakter udang dan bandeng. Penambahan ilustrasi diharapkan dapat

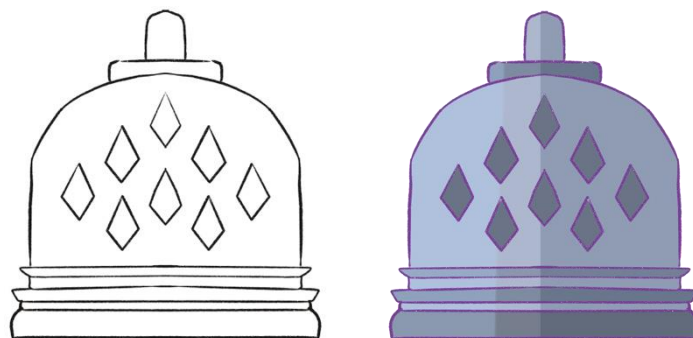
membantu *audiens* untuk dapat memvisualisasikan karakter udang dan bandeng.

4. Ilustrasi Anak Perempuan Membuka Jendela: Pembuatan gambar ilustrasi anak perempuan membuka jendela ini ditujukan sebagai bentuk visualisasi dari sambutan atau *welcoming*. Pada *feed* yang diletakkan di bagian pertama ini, CV Pustaka Cemerlang ingin menyampaikan sambutan pada *audiens* atas kembalinya promosi terkait penerbitan CV Pustaka Cemerlang di Instagram. Oleh karena itu, karakter pada ilustrasi ini dibuat ceria dan terlihat bahagia dengan konsep baru yang lebih segar.



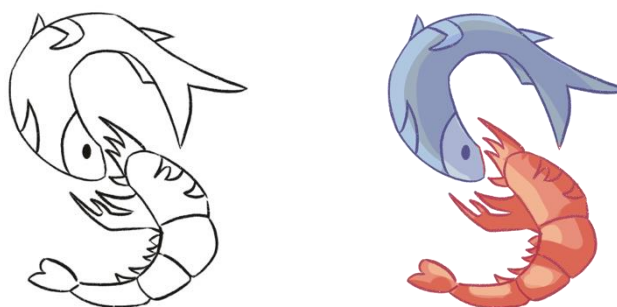
Gambar 8&9. Eksekusi. *Lineart* dan ilustrasi berwarna ikan pari.

(Sumber:Dokumen Pribadi)



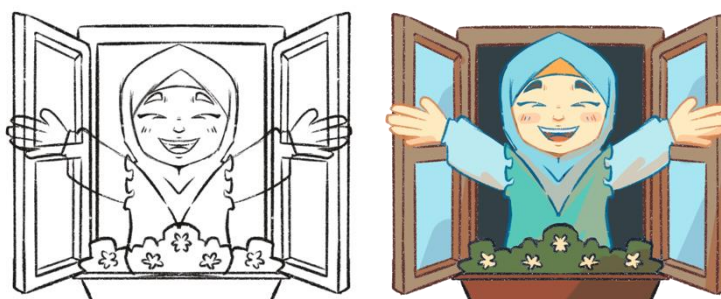
Gambar 10&11. Eksekusi. *Lineart* dan ilustrasi berwarna candi.

(Sumber:Dokumen Pribadi)



Gambar 12&13. Eksekusi. *Lineart* dan ilustrasi berwarna udang dan bandeng.

(Sumber:Dokumen Pribadi)



Gambar 14&15. Eksekusi. *Lineart* dan ilustrasi berwarna anak perempuan membuka jendela.

(Sumber:Dokumen Pribadi)



Gambar 16. Eksekusi. Hasil akhir penempatan ilustrasi pada *feeds* Instagram.

(Sumber:Dokumen Pribadi)

## Review dan Evaluasi

Setelah tahap eksekusi gambar ilustrasi selesai, selanjutnya hasil eksekusi tersebut diserahkan kepada pihak CV Pustaka Cemerlang untuk kemudian dilakukan proses review serta evaluasi dari hasil yang sudah diberikan. Proses ini bertujuan agar hasil yang diberikan oleh penulis dapat memenuhi keinginan CV Pustaka Cemerlang dalam penyampaian maksud untuk konten promosi mereka. Pada proses evaluasi, pihak CV Pustaka Cemerlang memberi masukan berupa pembuatan alternatif warna baru untuk *background* yang dipilih karena dirasa terlalu monoton sehingga tidak terlalu menonjolkan konten yang ingin disampaikan. Dalam hal ilustrasi, CV Pustaka Cemerlang sudah cukup merasa puas untuk hasil yang diberikan sehingga perubahan selanjutnya hanya dilakukan pada *background* agar konten maupun ilustrasinya dapat lebih menonjol.

## Revisi

Setelah mendapat review dan evaluasi dari pihak CV Pustaka Cemerlang, dilakukan revisi pada bagian *background*. Revisi ini mengubah warna *background* menjadi lebih hangat dibanding warna sebelumnya.



Gambar 17. Revisi. Hasil akhir pembuatan *feeds* Instagram CV Pustaka Cemerlang (revisi)

Gambar 18. Revisi. Hasil akhir pembuatan *feeds* Instagram CV Pustaka Cemerlang (acc)

(Sumber: Dokumen Pribadi)

## Pengumpulan dan Publikasi

Setelah melalui proses revisi, akhirnya pihak CV Pustaka Cemerlang menyetujui alternatif baru yang diberikan. Hasil gambar ilustrasi untuk media promosi ini kemudian

dilanjutkan dengan publikasi pada akun Instagram milik CV Pustaka Cemerlang sesuai dengan urutan postingan yang sudah dibuat.



Gambar 19. Pengumpulan dan Publikasi. Hasil akhir feeds Instagram yang diposting pada akun Instagram CV Pustaka Cemerlang.

(Sumber:Dokumen Pribadi)

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penciptaan gambar ilustrasi untuk meningkatkan *personal branding* CV Pustaka Cemerlang didapat kesimpulan bahwa gambar ilustrasi memiliki peranan yang cukup besar dan efektif terutama dalam konteks promosi bagi perusahaan penerbitan. Dengan adanya gambar ilustrasi dapat meningkatkan daya tarik visual sehingga perusahaan akan lebih banyak menarik perhatian *audiens*. Untuk dapat meningkatkan *personal branding*, penggunaan gambar ilustrasi juga harus memperhatikan ciri khas perusahaan yang ingin ditonjolkan. Karena dalam *personal branding*, gambar ilustrasi berperan sebagai media untuk mencerminkan dan menjelaskan nilai-nilai serta karakter perusahaan secara efektif.

## DAFTAR REFERENSI

- Maharsi, I. (2016). *Ilustrasi*. Dwi-Quantum.
- Widyastuti, D. A., Wiloso, P. G., & Herwandito, S. (2017). ANALISIS PERSONAL BRANDING DI MEDIA SOSIAL (Studi Kasus Personal Branding Sha'an d'Anthes di Instagram). *Jurnal Inovasi*, 11(1), 1-16.
- Witabora, J. (2012). Peran dan perkembangan ilustrasi. *Humaniora*, 3(2), 659-667.
- Hidayat, F. V. (2022). *LKP: Pembuatan Desain Ilustrasi Digital dengan konten Edukasi di PT. Selaksa Abdi Karya Terpadu Indonesia* (Doctoral dissertation, Universitas Dinamika).
- Antoro, R. D., Satriyo, R., & Woelandhary, A. D. (2022). Visual dan Refleksi Pandemi pada Komik Karya Mahasiswa di Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) Universitas Paramadina. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 8(2), 945-952.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2019). Memahami Metode Penelitian Kualitatif. Diakses dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/12773/Memahami-Metode-Penelitian-Kualitatif.html#:~:text=Metode%20kualitatif%20merupakan%20metode%20yang,suatu%20fenomena%20yang%20lebih%20komprehensif>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Ilustrasi. Diakses dari <https://kbbi.web.id/ilustrasi>