

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- [1] Agung, L. (2017). *Pengantar Sejarah dan Konsep Estetika*. Yogyakarta: PT Kanisus.
- [2] Anggito, A. & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- [3] Cholil, A. M. (2021). *101 Branding Ideas, Strategi Jitu Memenangkan Hati Konsumen*. Yogyakarta: QUADRANT.
- [4] Foroudi, M. M. & Foroudi, P. (2021). *Corporate Brand Design*. New York: Routledge.
- [5] Putra, R. W. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- [6] Swasty, W. (2016). *BRANDING Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- [7] Sutton, T. (2020). *The Pocket Complete Color Harmony*. United Kingdom: Rockport Publisher.
- [8] Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: PT Kanisus.
- [9] Yunus, U. (2021). *Digital Branding Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Jurnal

- [10] Balmer, J. M. T. (2015). Corporate identity, corporate identity scholarship and Wally Olins (1930-2014). *Corporate Communications*, 20(1), 4–10. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-08-2014-0052>
- [11] Habibi, A. H., (2021). *Perancangan Identitas Visual dan Media Promosi Gerobak Kopi Kota Payaukumbuh*. Skripsi. Program Studi Desain Komunikasi Visual. Fakultas Industri Kreatif. Universitas Telkom. Bandung.
- [12] Haiqal, M. K., & Hidayat, S. (2017). *Penerapan Identitas Visual Pada Media Promosi Website Wisata Kerajinan Rajapolah*. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan (Demandia)*, 2(02), 182–199.

<https://doi.org/10.25124/demandia.v2i02.934>

- [13] Noor, A. S., (2021). *Perancangan Brand UKM Koper Kulit di Yogyakarta*. Skripsi. Program Studi Desain Komunikasi Visual. Fakultas Industri Kreatif. Universitas Telkom. Bandung.
- [14] Pratini, S. A., (2020). *Perancangan Strategi Desain untuk Banua Coklat*. Skripsi. Program Studi Desain Komunikasi Visual. Fakultas Industri Kreatif. Universitas Telkom. Bandung.
- [15] Siswanto, R., & Dolah, J. (2019, July). *Exploration to the Most Fundamental Form of Dynamic Visual Identity*. In 5th Bandung Creative Movement International Conference on Creative Industries 2018 (5th BCM 2018) (pp. 432-438). Atlantis Press.
- [16] Swasty, W., Mustikawan, A., & Naufalina, F. E. (2020). *Visual Perception of Primary Display Panel of Coffee Packaging*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(1), 73–79. <https://doi.org/10.9744/jmk.22.1.73-79>
- [17] Swasty, W., & Utama, J. (2017). *Warna sebagai Identitas Merek pada Website*. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 3(01), 1–16. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v3i01.1294>

Internet

- [18] Ellunar Publisher. (2015). *Filosofi Ellunar*. ellunarpublisher.com. <https://www.ellunarpublisher.com/p/tentang-kami.html> Diakses (17 Mei 2022, 20:17)
- [19] Jejak Publisher. (2017). *Tentang Kami*. jejakpublisher.com. <https://jejakpublisher.com/tentangkami/> Diakses pada (17 Mei 2022, 19:34)
- [20] Readerzen. (2020). *Tentang Kami*. readerzen-agency.com. <https://readerzen-agency.com/tentang-kami/> Diakses pada (30 Maret 2022, 09:58)
- [21] Wintarto, W. (2016) *Perlunya Agen Penulis Hadir di Indonesia*, Media Warga (citizen media) https://www.kompasiana.com/wiwienwintarto/57348406cf7e615a08f7401e/perlunya-agen-penulis-hadir-di-indonesia?page=1&page_images=1. Diakses pada (14 Mei 2022, 20:15)