

DAFTAR PUSTAKA

- Adityawan, O. (2018). Perancangan Desain Layout Pracetak Koran Sinar Pagi. *Sketsa: Vol 5 No 1, April*, 1.
- Ardhi, Y. (2013). *Merancang Media Promosi Unik dan Menarik*. Yogyakarta: Taka Publisher.
- Brahim, M. E. (2021). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Cinthy. (2021, Agustus 20). *Pengertian Brand Guidelines, Tips Membuat, dan Contohnya*. Retrieved from accurate.id: <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-brand-guidelines/>
- Kabelen, N. W. (2020). Perkembangan Videography Dari Ilmu Hingga Menjadi Sebuah Profesi. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia (JESKOVIA): Vol 4 No 2*, 81.
- Kislinger, L., & Kotrschal, K. (2021). Hunters and Gather of Pictures: Why Photography Has Become a Human Universal. *Frontiers in Psychology: Vol 12 Article 654474, June*, 11-12.
- Kotaro, S., & Andree, T. (2011). *The dentsu way: Secrets of cross switch marketing from the worlds most innovative advertising agency*. New York: McGraw-Hill.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Lukito, W., Prabawa, B., & Swasty, W. (2021). Peningkatan Daya Saing UMKM Minuman Olahan Kopi Melalui Strategi Branding (Studi Kasus: Laskar Kopi Arjasari). *Visualita: Volume 10 No 1, Oktober*, 2.
- Mirza, I. M. (2022). Efektifitas Implementasi Tipografi dalam Desain Grafis Berdasarkan Perspektif Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) di Indonesia. *Visual Ideas: Volume 2 No 2, Agustus*, 71.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Purwanto, B. (2006). *Desain Grafis Pengantar Tata Letak dan Tipografi*. Jakarta: LPMG-ATG Trisakti.
- Putra, R. W. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Rabbani, R. H., Putra, I. A., & Arumsari, R. Y. (2023). Perancangan Visual Media Promosi Eiger Riding. *e-Proceeding of Art & Design: Vol 10 No 6, Desember*, 11801.
- Rahmani, F. A., Arumsari, R. Y., & Prajana, A. M. (2023). Perancangan Ulang Identitas Visual dan Media Promosi Andonk Kopi Cirebon. *e-Proceeding of Art & Design: Vol 10 No 2, April*, 3444.

- S, L. A., & Nathalia, K. (2014). *Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Said, A. A. (2006). *Dasar Desain Dwimatra*. Makassar: Badan Penerbit UNM.
- Septiningtyas, A., & Soewardikoen, D. W. (2018). Perancangan Identitas Visual dan Promosi Sasirangan Banjarbaru. *Demandia: Vol 3 No 1, Maret*.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: FKIP UHAMKA.
- Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Soewardikoen, D. W. (2013). *Metodologi Penelitian Visual*. Bandung: CV Dinamika Komunika.
- Soewardikoen, D. W. (2015). *Visualisasi Iklan Indonesia era 1950-1957 edisi 2*. Yogyakarta: Calpulis.
- Swasty, W. (2016). *Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tinarbuko, S. (2015). *DEKAVE Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik edisi 2*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Wheeler, A. (2017). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team, 5th edition*. New York: Jhon Wiley & Sons Inc.
- Yusantiar, R., & Soewardikoen, D. W. (2018). Perancangan Identitas Visual Untuk Promosi Pariwisata Kabupaten Rembang. *Andharupa: Vol 4 No 2, Agustus, 209*.