

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2018). *DESAIN KOMUNIKASI VISUAL, DASAR-DASAR PANDUAN UNTUK PEMULA*.
- Azis, Y. A. (2023, Mei 10). *deepublishstore*. Retrieved from Studi Pustaka: Pengertian, Tujuan, Sumber dan Metode:
<https://deepublishstore.com/blog/studi-pustaka/>
- dkvunisabandung. (2024, December 19). *DKV UNISA Bandung*. Retrieved from Peran Desain Komunikasi Visual untuk Brand Awareness di Era Digital:
<https://dkv.unisa-bandung.ac.id/peran-desain-komunikasi-visual-untuk-brand-awareness-di-era-digital/>
- Gallop, A. T. (2019). *Malay Seakls from the Islamic World of Southeast Asia: Content, Form, Context, Catalogue*. Pejompongan, Jakarta: The Lontar Foundation.
- Graphics, S. (2024, November 13). *Youtube*. Retrieved from Graphic Design CRASH-COURSE (Master The Psychology of Shapes):
<https://www.youtube.com/watch?v=UGhf3tVK--Y>
- Indriani, F. (2025, Maret 24). *Jatimlines.id*. Retrieved from Muslimah Gen Z Menjadi Perempuan Tangguh di Era Digital: <https://jatimlines.id/muslimah-gen-z-menjadi-perempuan-tangguh-di-era-digital/>
- Kencana, N. (2024, September 3). *Zarla*. Retrieved from Jenis Logo yang Harus Anda Ketahui: <https://www.zarla.com/id/panduan/jenis-jenis-logo>
- Kusrianto, A. (2007). *PENGANTAR DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*.
- Madani, N. (2022, November 15). *NTMY*. Retrieved from visual yang konsisten untuk brand: <https://ntmy.io/blog/visual-yang-konsisten-untuk-brand/>
- Mahya, S. (2022). Perancangan Identitas Visual My Hijab Store dengan Pendekatan Feminine dan Islamic Branding. *Repository UIN Jakarta*, 27.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Harva Creative.
- Nugrahani, R. (2021). *MUSLIMAH dan DAKWAH VISUAL di Jagat Virtual*. Semarang: PENERBIT LPPM UNNES.
- Pack, P. (2025). *Canva*. Retrieved from Bangunlah Merek Anda: https://www.canva.com/id_id/belajar/warna-unik-inspirasi/
- Pamungkas, A. B., & Nastiti, N. E. (2020). Perancangan media informasi berbasis teknologi mobile tentang tempat penampungan hewan terlantar di Bandung.

- PEREMPUAN, K. N. (2025, Maret 7). *KOMNAS PEREMPUAN*. Retrieved from RINGKASAN EKSEKUTIF "MENATA DATA, MENAJAMKAN ARAH: Refleksi Pendokumentasian Dan Tren Kekerasan Terhadap Perempuan 2024".
- Power, D. J., & Phillips-Wren, G. (2012). Impact of Social Media and Web 2.0 on Decision Making. *Journal of Decision System*, 249-261.
- Pranatthi, P. A., Artawan, C. A., & Putra, G. B. (2025). IMPLEMENTASI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DALAM PERANCANGAN BUKU PUISI "DEKADE" SEBAGAI HASIL PROYEK INDEPENDEN DI PUSTAKA EKSPRESI. *ISI DENPASAR*.
- Putra, M. C., & Oemar, E. A. (2020). ANALISIS STRATEGI VISUAL BRANDING FLIP BURGER DENGAN PENDEKATAN TEORI BRANDING MARTY NEUMEIER. *Jurnal Barik*, 80-102.
- Ramadhanti, B. A., Naufalina, F. E., & Nugraha, N. D. (2023). PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL MAKAN SEGALA. *e-proceeding of Art & Design*.
- Riona, N. (2024, Okt 02). *detik.com*. Retrieved from detiksulsel: <https://www.detik.com/sulsel/budaya/d-7567615/mengenal-batik-lontara-khas-bugis-makassar-sejarah-motif-hingga-maknanya>
- Rohanindya, A. I., & Kristiana, N. (2024). PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL MEREK TANDAI. *Jurnal Desgrafia*, 78-89.
- Rustan, S. (2009). *Lay Out Dasar dan Penerapannya*.
- Sabila, A. R., Siswanto, R. A., & Supriadi, O. A. (2022). PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI KAMPANYE SOSIAL COMPUTER VISION SYNDROME UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN AKAN KESEHATAN MATA DITENGAH PANDEMI COVID-19. *e-Proceeding of Art & Design*.
- Sanyoto, S. E. (2006). *Metode perancangan Komunikasi Visual Periklanan*.
- Sari, R. A., Siswanto, R. A., & Gumilar, G. (2021). PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI "DIAN SALON MUSLIMAH" BANGKA BELITUNG SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS TERHADAP REMAJA. *e-proceeding of Art & Design : Vol.8*, 2744.
- Selvia, N. (2024, September 17). *maxsamasta*. Retrieved from Desain Minimalis vs Maksimalis: Mana yang Lebih Cocok?: <https://maxgrup.co.id/desain-minimalis-vs-maksimalis-mana-yang-lebih-cocok/>

- Setyawan, H. (2017). *PENULISAN NASKAH IKLAN (RADIO & TELEVISI)*. Yogyakarta: AKADEMISI KOMUNIKASI INDONESIA (AKINDO).
- Soewardikoen, D. W. (2021). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*.
- Steinberg, N. (2020, September 30). *STRYVE*. Retrieved from Bentuk desain logo anda berikutnya menggunakan psikologi: https://www-stryvemarketing-com.translate.goog/blog/logo-design-psychology/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=imgs
- Supriyono, R. (2010). *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*.
- Swasty, W. (2016). *Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek*.
- Syifana, A. T. (2018). *PERANCANGAN BUKU ILUSTRASI TANAMAN HERBAL SEBAGAI MEDIA INFORMASI BAHAN PERAWATAN KECANTIKAN WAJAH UNTUK REMAJA PUTRI*. Surabaya: STIKOM SURABAYA.
- ThoughtLab. (2023, Agustus 31). *THOUGHTLAB*. Retrieved from Designing for Impact: How Visual Branding Influences Perception and Consumer Behavior: https://www.thoughtlab.com/blog/designing-for-impact-how-visual-branding-influences/?utm_source=chatgpt.com
- Universitas Ahmad Dahlan. (2025, Maret 19). *Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah V Yogyakarta*. Retrieved from Internet dan Media Sosial sebagai Sarana Efektif dalam Berdakwah: <https://lldikti5.kemdikbud.go.id/home/detailpost/internet-dan-media-sosial-sebagai-sarana-efektif-dalam-berdakwah>
- Wheeler, A. (2013). *Designing Brand Identity*.
- Yuliadewi, L. (1999). *MENGENAL FOTOGRAFI DAN FOTOGRAFI DESAIN. NIRMANA*.