



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cenadi, Christine Suharto. (1999) *Elemen – elemen dalam Desain Komunikasi Visual*. Nirmana 1.1.
- Danger, Eric P. (1992) *Memilih Warna Kemasan*. Pustaka Binaman Pressindo. Jakarta.
- Hargreaves, Ben. (2004). *Eat Me : Delicious, Desirable, Successful Food Packaging Design*. RotoVision SA, Hove.
- Klimchuk, Marianne and Sandra A. Krasovec. (2006) *Packaging Design: Successful Product Branding from Concept to Shelf*. John Wiley & Sons, Inc Hoboken. Canada.
- Knight, Carolyn and Jessica Glasser. (2010), *The Graphic Design Exercise Book: Creative Briefs To Enhance Your Skill And Develop Your Portfolio*, Rotovision. Switzerland.
- Rustan, Surianto. (2008) *HURUFONTOGRAFI*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rustan, Surianto. (2008) *LAYOUT, Dasar & Penerapannya*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Safanayong, Yongky. (2006) *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. ARTE INTERMEDIA. Jakarta.
- Sihombing, Danton. (2001) *Tipografi Dalam Desain Grafis*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sitepu, Vinsensius. (2006) Panduan Mengenal Desain Grafis. ([http://ricisan.files.wordpress.com/2009/12/panduanmengenaldesaingrafis\\_readandshare.pdf](http://ricisan.files.wordpress.com/2009/12/panduanmengenaldesaingrafis_readandshare.pdf))
- Supriyono, Rachmat. (2010) *Desain Komunikasi Visual Teori & Aplikasi*. Andi Yogyakarta. Yogyakarta.
- Wheeler, Alina (2006). *Designing Brand Identity: A Complete Guide to Creating, Building, and Maintaining Strong Brands, 2nd Edition*, Wiley, Philadelphia, USA.
- Wirya, Iwan, (1999) *Kemasan yang Menjual. Menang Bersaing Melalui Kemasan*. Cetakan Pertama. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Arti Warna Logo Perusahaan dan Pengaruh Emosionalnya Pada Konsumen. Diakses pada 25 November 2012 (<http://desainlogodesign.com/arti-warna-pada-logo-perusahaan-dan-pengaruh-emosionalnya-pada-konsumen>).

Heka, Yudha. 11 Makna Warna untuk *Personality* Anda. Diakses pada 2 Februari 2013 (<http://edukasi.kompasiana.com/2012/05/14/11-makna-warna-untuk-personality-anda-457313.html>).

Hormon Endorpin. Diakses pada 2 Februari 2013 (<http://www.adagaliindimari.com/2012/01/hormon-endorphin.html>).

Psikologi Warna Dalam Pemasaran. Diakses pada 25 November 2012 (<http://www.desainstudio.com/2009/12/psikologi-warna-dalam-pemasaran.html>).



UMMN

The image shows a large, circular logo for UMMN. The logo is a dark blue circle containing several white squares of varying sizes arranged in a pattern that resembles a stylized face or a grid. Below the logo, the letters 'UMMN' are written in a bold, dark blue, sans-serif font.