



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

(Lucas, wawancara pribadi, tgl)

Ishwara, L. (2005). *Catatan-Catatan Jurnalisme Dasar*. Jakarta: Kompas Gramedia.

Usman, H., & Akbar, P. S. (2008). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Ali, M., & Asrori, M. (2010). *Metodologi dan Aplikasi Riset Pendidikan*. Bandung: Pustaka Cendikia Utama.

Whitten, T., & Whitten, J. (2002). *Indonesian Heritage: Tetumbuhan*. Jakarta: Grolier International.

Turangan, L., Willyanto., & Fadhilla, R. (2014). *Seni Budaya & Warisan Indonesia: Flora 3*. Jakarta: PT. Aku Bisa.

Landa, R. (2011). *Graphic Design Solutions, 4th Edition*. Amerika Serikat, Boston: Wadsworth Cengage Learning.

Rustan, S. (2009). *Mendesain Logo*. Indonesia, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Erlhoff, M., & Marshall, T. (2008). *Design Dictionary*. Basel, Boston, Berlin: Birkhäuser.

Muzellec, L., Doogan, M., & Lambkin, M. (2003). *Corporate Rebranding: An Exploratory Review*. Canada: Mercury Publications.

Muzellec, L., & Lambkin, M. (2006). *Corporate Rebranding: Destroying, Transferring or Creating Brand Equity*. United Kingdom, UK: Emerald Group Publishing Limited.

- Hembree, R. (2006). *The Complete Graphic Designer: A Guide to Understanding Graphics and Visual Communication*. United States, US: Rockport Publishers.
- Millman, D. (2008). *The Essential Principles of Graphic Design*. Ohio: HOW Books.
- Bringhurst, R. (2008). *The Elements of Typographic Style, 3rd Edition*. Vancouver, Canada: Hartley & Marks Publisher.
- Wheeler, A. (2013). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team, 4th Edition*. Amerika Serikat, New Jersey, NJ: John Wiley & Sons, Inc.
- Healey, M. (2010). *What is Branding?* United States, US: Rockport Publishers.
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2006). *Packaging Design: Successful Product Branding from Concept to Shelf*. New Jersey, NJ: John Wiley & Sons, Inc.
- Morgan, C. L. (1997). *Packaging Design*. New York, NY: RotoVision.
- Morgan, C.L., & Foges, C. (2003). *Logos Letterheads Business Cards: Design For Profit*. United Kingdom, UK: RotoVision.
- Adams, S., & Morioka, N. (2004). *Logo Design Workbook: A Hands-on Guide to Create Logo*. Massachusetts: Rockport Publishers, Inc.
- Sukarta, A.W. (2015, November 19). Kopi Lampung Sebagai Warisan Budaya. *Antaraneews*. Diambil dari <http://lampung.antaraneews.com/berita/286254/kopi-lampung-sebagai-warisan-budaya>

- Rai. (2016, April 8). Ekspor Biji Kopi Lampung Naik. *Okezone*. Diambil dari <http://economy.okezone.com/read/2016/04/08/320/1357389/ekspor-biji-kopi-lampung-naik>
- Admin. (2015, Juli 4). Kopi Sumatera, Jenis, Karakter, dan Cita Rasanya. *Dekuliner*. Diambil dari <http://dekuliner.com/kopi-sumatera-jenis-karakter-dan-citarasanya/>
- Coffee. (n.d.). In *Cambridge Dictionary online*. Diambil dari <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/coffee>
- Coffee. (n.d.). In *Oxford Dictionary online*. Diambil dari <https://en.oxforddictionaries.com/definition/coffee>
- Kopi. (n.d.). In *Kamus Besar Bahasa Indonesia online*. Diambil dari <http://kbbi.web.id/kopi>

UMMN