

DAFTAR PUSTAKA

- Adryamarthanino, V., & Indriawati, T. (2023). Mengapa bangsa Indonesia memiliki makanan tradisional yang beragam. *Kompas.Com*.
<https://www.kompas.com/stori/read/2023/04/01/140000979/mengapa-bangsa-indonesia-memiliki-makanan-tradisional-yang-beragam->
- Adzkiyak. (2021). *Etnografi kuliner: Makanan dan identitas nasional*. Zahir Publishing.
- Aliya, F., & Kartono, G. (2024). Perancangan maskot sebagai identitas visual dalam upaya mendukung brand identity dan meningkatkan brand awareness Universitas Negeri Medan. *Sindoro Cendikia Pendidikan*, 3(8), 1.
<https://ejournal.warunayama.org/index.php/sindorocendikiapendidikan/article/view/2524/2373>
- Aurumajeda, T., & Damayanti. (2023). Estetika Nusantara pada logo Pesona Indonesia. *Jurnal Kreatif*, 5(1), 1.
<https://journalkreatif.sttbandung.ac.id/index.php/files/article/view/49>
- Bringhurst, R. (2005). *The elements of typographic style*. Hartley & Marks Publisher.
- Dihni, V. A. (2022). 41% warga SES A memiliki literasi digital rendah. *Databoks*.
<https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/1f5a59ee9868804/41-warga-ses-a-memiliki-literasi-digital-rendah>
- Dwiyanti, E., Qomariah, N., & Tyas, W. (2018). Pengaruh persepsi kualitas, nama merek dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 151.
<http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/SMBI/article/view/1786/1468>
- Fleishmen, M. (2004). *Exploring illustration*. Thomson Delmar Learning.
- Hapsari, N. (2019). Pengembangan karyawan berbasis spiritual company.

- Herlambang, G., Virgan, H., & Cipta, F. (2019). Pembelajaran battery percussion pada ekstrakurikuler marching band di SMPN 2 Cimahi. *Jurnal Antologi Pendidikan Musik*, 1(2), 36.
<https://ejournal.upi.edu/index.php/antomusik/article/view/31370>
- Hidayah, L., Shannen, Rahmadiva, A., & Pratista, T. (2022). Peran maskot untuk memperkuat identitas visual brand. *Jurnal VICIDI*, 1(12), 27.
<https://journal.uc.ac.id/index.php/vicidi/article/view/2934/1980>
- Hidayat, T. (2022). Peran penting palet warna dan semiotika dalam interpretasi poster film. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Dan Media Baru*, 2(1), 94.
<https://journal.unika.ac.id/index.php/tuturrupe/article/download/10739/pdf>
- Huda, S., & Susdarwono, E. (2023). Hubungan antara teori perkembangan kognitif piaget dan teori belajar bruner. *Jurnal Muassis Pendidikan Dasar*, 2(1), 56.
<https://pdfs.semanticscholar.org/9d4c/303ecbac566e0babdc2b5f5ce7fc2aa75.pdf>
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2019). *Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity, global edition*. Pearson Education.
- Kurniawan, F., & Sayatman. (2018). Perancangan maskot untuk memperkuat identitas visual kota Kediri. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 7(1), 48.
https://ejurnal.its.ac.id/index.php/sains_seni/article/viewFile/29547/4987
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar desain komunikasi visual*. Andi Publisher.
- Nugroho, E. (2008). *Pengenalan teori warna*. Andi Offset.
- Nuraeni, I., Karimah, I., & Setiawati, D. (2023). Pengetahuan, preferensi serta konsumsi sayur dan buah pada anak di SDN Cilolohan kota Tasikmalaya. *J. Gizi Dietetik*, 2(4), 266.
https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrX.adIOVVnIAIAIKTLQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1734848073/R0=10/RU=https%3a%2f%2fjournal.ipb.ac.id%2findex.php%2fjgizidietetik

%2farticle%2fdownload%2f50221%2f26892%2f/RK=2/RS=s7LaIzJ94Ly
H0sTvWIGBxfBhmkM-

Nurhakim, S. (2014). *Buku pintar dunia alam semesta*. Bestari.

Pentak, S., & Lauer, D. (2016). *Design basics*. Cengage Learning.

Putri, S. (2023). Rebranding demi pelanggannya, ternyata ini alasannya HokBen mengubah nama brandnya. *Hops.ID*.
<https://www.hops.id/trending/2949381961/rebranding-demi-pelanggannya-ternyata-ini-alasannya-hokben-mengubah-nama-brandnya>

Rachmayadi, M., Mulyana, D., Darsono, B., & Rahmawaty, D. (2023). Perancangan ulang visual logo Oma Rice Bowl dengan logo dan graphic standard manual sebagai media utama. *Jurnal Desain*, 3(1), 416–420.
https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrKD50.SPRmDMUpfUPLQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzcEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1727314110/RO=10/RU=https%3a%2f%2fwww.interstudi.edu%2fjournal%2findex.php%2fjournaldesain%2farticle%2fdownload%2f2056%2f381/RK=2/RS=Ip4sT8u89GANjmz.O5yzYm0nysk-

Rahman, A. (2022). *Metode penelitian ilmu sosial*. Penerbit Widina Bhakti Persada.

Saputri, D., Mulyatini, N., & Basari, A. (2020). Pengaruh tagline dan brand ambassador terhadap brand awareness. *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2(4), 82.
<https://eprints.unm.ac.id/16702/1/JURNAL.pdf>

Sijabat, T., & Rudiansyah, R. (2022). Pengaruh budaya Tionghoa terhadap kuliner di kota Medan. *Jurnal Cakrawala Mandarin*, 6(2), 487.
https://www.researchgate.net/publication/365251308_PENGARUH_BUDAYA_TIONGHOA_TERHADAP_KULINER_DI_KOTA_MEDAN

Soekresno. (2000). *Management food and beverage, service hotel*. PT. Gramedia Pustaka Umum.

- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif R&B*. Alfabeta.
- Syaputri, D. (2024). Strategi pemasaran inovatif Mie Gacoan yang memikat konsumen. *Kompasiana*.
<https://www.kompasiana.com/deay/662e09211470931097483ee2/strategi-pemasaran-inovatif-mie-gacoan-yang-memikat-konsumen>
- Tai, R., Said, A., & Alimuddin. (2017). Perancangan brand identity Jalangkote Lahalede. *Jurnal Imajinasi*, 1(2), 1.
<https://eprints.unm.ac.id/16702/1/JURNAL.pdf>
- Tiaswari, D. (2020). Pengaruh kegiatan gerakan literasi sekolah terhadap kemampuan membaca pemahaman siswa kelas VIII SMP Negeri 1 Lumbir Kabupaten Banyumas tahun pelajaran 2019-2020.
- Tjin, E., & Mulyadi, E. (2014). *Kamus fotografi*. PT Elex Media Komputindo.
- Verrell, M. (2023). Perancangan ulang identitas visual Teh Pagi.
- Viana, E., & Hartati, R. (2022). Pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Cakrawangsa Bisnis*, 3(2), 150.
- Wahyuni, T. R., & Maulidya, C. F. (2022). Analisis komposisi fotografi pada foto 'landscape' karya nadav kander. *Jurnal Dasarupa*, 4(3), 25–26.
https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&oe=A SCII&user=IS2e8l4AAAAJ&citation_for_view=IS2e8l4AAAAJ:_FxGoFy zp5QC
- Wheeler, A. (2018). *Designing brand identity*. John Wiley & Sons.
- Wicaksono, S. (2021). Eksistensi bakmi khas tiongkok di kawasan Glodok Jakarta sebagai warisan budaya turun-temurun.
- Wijaya, R. S., & Kartika, J. D. (2015). *Logo: Visual asset development*. PT Elex Media Komputindo.
- Williandani, M., Tambunan, I., & Gaol, R. (2022). Tinjauan tentang tugas dan tanggung jawab greeter pada restoran Nangroe Saka Hotel Medan. *Jurnal*

Akomodasi Agung, 9(2), 83.
<https://journal.akpardarmaagung.ac.id/index.php/JIAA/article/download/100/88>

Witabora, J. (2012). Peran dan perkembangan ilustrasi. *Humaniora*, 3(2), 660–664.
<https://media.neliti.com/media/publications/167371-ID-peran-dan-perkembangan-ilustrasi.pdf>

