

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Landa, R. (2011). *Graphic Design Solutions*(4th ed). USA: Wadsworth
- Wonderful Indonesia. (2016). *Pedoman Aplikasi Brand & Design*. Jakarta: Ministry of Tourism Republic of Indonesia
- Tiwari,A. dkk. (2020). *The Gojek Brand Book*. Indonesia: Gojek

Jurnal

- Albar, S.Y., Wibawa, A.P., & Wirawan, I. G. (2024). Perancangan *Brand Identity* Adristha Tour & Travel di Badroom Studio Denpasar. *AMARASI: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 5 (2), 209-218. <https://doi.org/10.59997/amarasi.v5i02.3918>
- Angelica,I., & Nas, C. (2023). Design UI/UX Prototype Aplikasi Pemesanan Produk Dimskuy Berbasis Mobile Dengan Menggunakan Figma. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi*, 1(1), 22-26.
- Anggarini, A., Bangun, D. A. N., & Saripudin, I. (2020). Alternatif model penyusunan mood board sebagai metode berpikir kreatif dalam pengembangan konsep visual. *Journal Printing and Packaging Technology*, 1(1). <https://doi.org/10.32722/printpack.v1i1.2455>
- Aziza, R. F. A. (2020). Analisis Kebutuhan Pengguna Aplikasi Menggunakan User Persona dan User Journey: Studi Kasus Aplikasi Asisten Keuangan Personal. *Information System Journal*, 3(2), 6-10. <https://doi.org/10.24076/infosjournal.2020v3i2.420>
- Fauziah, R., & Alatas, F. (2016). Pengaruh Lembar Kerja Siswa Berbasis Mind Map terhadap Hasil Belajar Siswa SMA pada Konsep Fluida Statis. *Edusains*, 8(1), 1-8
- Halim, B. C. (2014). Pengaruh *brand identity* terhadap timbulnya *brand preference* dan *repurchase intention* pada merek toyota. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-11.
- Ikranegara, D. T., & Rizkiantono, R. E. (2013). Perancangan Identitas Visual Museum 10 Nopember 1945 Surabaya. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 2(1), F5-F10.
- Jayanegara, I. N. (2017). Semiotika Visual Logo RSU. Surya Husadha Denpasar. *Jurnal Bahasa Rupa*, 1(1), 11-16.
- Novita, D., dkk. (2023). Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Pemasaran Dalam Bisnis Online. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2543-2550. [10.33395/jmp.v12i2.13312](https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13312)

- Wijakusuma, I. M., Dewi, A. K., & Bayuarta, I. G. (2023). Perancangan Desain *Brand Identity* Aban Kitchen Steak & Grill. *AMARASI: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 4(2), 219-232. <https://doi.org/10.59997/amarasi.v4i02.2410>
- Wulandari, S., & Siregar, E. D. (2020). Kajian Semiotika Charles Sanders Pierce: Relasi Trikotomi (Ikon, Indeks dan Simbol) dalam Cerpen Anak Mercusuar Karya Mashdar Zainal. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 4(1), 29-41. <https://doi.org/10.22437/titian.v4i1.9554>
- Rachman, A., & Sutopo, J. (2023). Penerapan Metode Design Thinking Dalam Pengembangan Ui/Ux: Tinjauan Literatur. *Semantik: Teknik Informasi*, 9(2), 139 -148. <http://dx.doi.org/10.55679/semantik.v9i2.45878>
- Ray, I., & Islam, M. A. (2022). Perancangan *Brand Identity* dan Media Sosial Triversa Sebagai Sarana untuk Meningkatkan *Brand Awareness*. *BARIK-Jurnal SI Desain Komunikasi Visual*, 3(3), 221-235.
- Wibawa, A. E. Y. (2021). Implementasi Platform Digital sebagai Media Pembelajaran Daring di MI Muhammadiyah PK kartasura pada Masa Pandemi COVID-19. *Berajah Journal*, 1(2), 76-84. <https://doi.org/10.47353/bj.v1i2.27>
- Puspitorini, I. (2022). Monetisasi Media Sosial di Tiktok. *Remik: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 6(4), 1035-1040. <https://doi.org/10.33395/remik.v6i4.11927>
- Putri, F. N. (2024). Dampak Ulasan Online, Harga, dan Fitur terhadap Keputusan Pemesanan Kamar Hotel melalui Traveloka. *Jurnal Bisnis, Logistik dan Supply Chain (BLOGCHAIN)*, 4(1), 9-14. <https://doi.org/10.55122/blogchain.v4i1.1027>
- Pamungkas, B. A., & Indrawan, A. A. G. A. (2021). Logo sebagai Media Komunikasi Teknologi Analisis Semiotika pada Logo Meta. *Jurnal SASAK: Desain Visual dan Komunikasi*, 3(2), 67-74. <https://doi.org/10.30812/sasak.v3i2.1696>

Website

- CIMB Niaga. (n.d.). *14 Jenis Industri Kreatif dengan Peluang Menjanjikan*. Cimbniaga.co.id. <https://www.cimbniaga.co.id/id/inspirasi/bisnis/14-jenis-industri-kreatif-yang-menjanjikan>
- Kemenparekraf. (2023, Oktober 9). *Expert Survey: Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tumbuh pada 2024*. Kemenparekraf.go.id. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/expert-survey-sektor-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-tumbuh-pada-2024>
- Espos. (2025, Februari 3). *Jumlah Perjalanan Wisata Dalam Negeri 2024 Tertinggi Sejak 2019*. Ekonomi.espos.id. <https://ekonomi.espos.id/jumlah-perjalanan-wisata-dalam-negeri-2024-tertinggi-sejak-2019-2055631>

Ofspace. (2025,Maret 16). Snapchat Ghost Logo (Its History,Meaning, Evolution, Design Elements, & Much More). Ofspace.co.
<https://www.ofspace.co/snapchat-ghost-logo>

Rossa, V. (2022, Desember 12). Tahun 2022, 49 *Persen Orang Indonesia Traveling Lebih dari Lima Kali Setahun*. Suara.com.
<https://www.suara.com/pressrelease/2022/12/12/191306/tahun-2022-49-persen-orang-indonesia-traveling-lebih-dari-lima-kali-setahun>

Traveloka Team. (2020, Januari 19). *Traveloka.com Official Logo*. Traveloka.com.
<https://www.traveloka.com/id-id/explore/activities/traveloka-com-official-logo/17331>

Traveloka Bestie (2025, Januari 15). Mengenal Godwit, Burung yang Menjadi Logo Traveloka. Traveloka.com. <https://www.traveloka.com/id-id/explore/tips/godwit-traveloka/481807>

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA