

DAFTAR PUSTAKA

- Amunnudin, Fattachul Huda. 2020. Pelatihan Videografi Dan Editing Video Sebagai Sarana Pengembangan Media Informasi BKKBN Provinsi Jambi. *FORTECH (Journal of Information Technology)* 4(2):46–52.
- Anggarini, A. (2021). *Desain layout*. PNJ Press.
- Bonafix, D. N. (2011). Videografi: Kamera dan Teknik Pengambilan Gambar. *Humaniora*, 2(1). <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i1.4015>
- Chandra, G. E. (2024). Strategi Komunikasi Visual dalam Mendorong Engagement Konsumen: Studi pada Implementasi Graphic Design di Perusahaan United Tractors (Doctoral dissertation, Universitas Kristen Indonesia).
- Dev, C. S., & Keller, K. L. (2014). *Brand revitalization*. *Cornell University*, 55(4), 334–341. <https://doi.org/10.1177/1938965514537723>
- Fadhillah, G., Anam, H., & M. (2023, June 25). Application segmentation, targeting and positioning in the UMKM marketing strategy in Indonesia. *Journal of Sharia Economics*, 5(1), 120–136. <https://doi.org/10.35896/jse.v5i1.555>
- Fadiah, N. S., & Satriadi, S. (2024). Peran warna dalam meningkatkan daya tarik visual logo. *Jurnal Seni Rupa dan Desain*. DOI
- Fatma, S. (2020). *Brand revitalization: Reconnecting emotionally*. In *Global branding* (pp. 636–646). IGI Global.
- Frenredy, W., & Dharmawan, P. (2020). Dimensi *brand image* untuk memprediksi *brand love* dan *brand loyalty*. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 2(4), 1005–1014.
- Günay, M. (2024). Dampak tipografi dalam desain grafis. *Jurnal Internasional Ilmu Sosial Eurasia*, 15(57), 1446–1464. <http://dx.doi.org/10.35826/ijoess.4519>
- Hikaru A. (2022). Pengaruh Angel Camera Dalam Penerapan Videografi dan Fotografi. *Specta: Journal of Photography, Arts, and Media*. <https://doi.org/10.24821/specta.v6i1>
- Hikmah, S. W. (2024). Perancangan identitas visual melalui rebranding
- Iswanto, R. (2023). Perancangan buku ajar tipografi. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 23(2), 123–129.

- Jesslyn, J., Maitri, B., Hartono, C., Jennifer, F., Liana, J., & Laulita, N. B. (2022). Analisis manajemen risiko pada usaha brownies UMKM Moifoods. *BTM: Jurnal Mirai Management*, 7(3), 245–254. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.2492>
- Khotimah, K. (2020). *Panduan desain grafis*. Cerdas Ulet Kreatif.
- Kolbl, Ž., Konečnik Ruzzier, M., & Kolar, T. (2015). *Brand revitalization: Don't let your brands turn into sleepyheads*. *Central European Business Review*, 4(2), 5–11. <https://doi.org/10.18267/j.cebr.121>
- Landa, R. (2011). *Graphic design solutions* (4th ed.). Wadsworth Cengage Learning.
- Mamis, S., Paharuddin, Handayani, E. A., Rumra, F., & Hermanto, Y. A. L. (2023). *Desain komunikasi visual*. MAFY Media Literasi Indonesia.
- Mayasari, I., Wijanarko, A., Risza, H., Kurniaty, D., Apriyana, N., Wiadi, I., & Chadijah. (2020). *Branding: Konsep dan studi merek lokal*. Universitas Paramadina.
- Meidinar, N., Raysha, E., Alisa, S., Aziza, N., & Sidik, F. (2024). Analisis manajemen risiko pada usaha “Kue Kering Caisy Cookies” Bandung. *Jurnal* 8(1), 381–388.
- Meliana, M. (2023). Membangun identitas merek yang kuat dengan *supergrafis*. *Metamorphosys*. https://metamorphosys.co.id/membangun-identitas-merek-yang-kuat-dengansupergrafis/#Apa_itu_Supergrafis
- Mulyati, M. I. (2022). Studi pemilihan warna terhadap interior kamar praktek dokter dan ruang tunggu anak berkaitan terhadap tingkat stres pasien. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 4(6), 7464–7468.
- Mustafa GÜNAY. (2024). THE IMPACT OF TYPOGRAPHY IN GRAPHIC DESIGN. *International Journal of Eurasia Social Sciences*, 15(57), 1446–1464. <https://doi.org/10.35826/ijoess.4519>
- Nurritzky, R., & Suharjito, A. (2023). Penerapan prinsip-prinsip desain untuk pengembangan identitas visual pada UKM lokal. *JISyCS (Journal of Information System and Computer Science*, 1 (1), 6–12. <https://doi.org/10.5678/jisycs.2023.1.1.11>
- Ollivia, J., Mardiana, A., Sari, K., & Elaza, F. R. (2025, April). Peran *branding* dalam membangun *brand* yang kuat sebagai langkah strategis untuk meningkatkan daya saing UMKM di Kecamatan Curug, Kabupaten Tangerang. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis (JEBS)*, 5(2), 498–503. <https://doi.org/10.47233/jebbs.v5i2.2705>

- Perancangan identitas perusahaan dalam bentuk stationery desain di Rumah Kreasi Grafika. (2021). *Pixel: Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 14(1), 48–57. <https://doi.org/10.51903/pixel.v14i1.456>
- Radhitanti, A. (2023). Komposisi elemen grafis pada produk kreatif dalam membangun identitas visual jenama (studi kasus: produk aksesoris "Tulisan"). *Reka Makna: Jurnal Komunikasi Visual*, 3(2), 53–64.
- Reza, Y. A. (2025). Psikologi bentuk dalam desain grafis: Bagaimana bentuk mempengaruhi persepsi dan makna. *Communication & Design Journal*, 1(2), 111–120.
- Rieuwpassa, F., Br. Silaban, B., & Kelanohon, S. R. (2023). Karakteristik organoleptik dan kimia kue kering dengan penambahan daging dan tepung keong bakau (*Telescopium telescopium*). *Jurnal Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia*, 26(3), 370–380. <https://doi.org/10.17844/jphpi.v26i3.45994>
- Rosida, D., Putri, N., & Oktafiani, M. (2020). Karakteristik cookies tepung kimpul termodifikasi (*Xanthosoma sagittifolium*) dengan penambahan tapioka. *Agrointek: Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 14(1), 45–56. <https://doi.org/10.21107/agrointek.v14i1.6309>
- Sanni, M., Dian, Y., & Ramdhan, R. (2016). Pemanfaatan Angle Fotografi Pada Foto Dokumentasi. *CICES (Cyberpreneurship Innovative and Creative Exact and Social Science)*, 2(1), 24–31. <https://doi.org/10.33050/cices.v2i1.189>
- Sekala, D. (2023). Efektivitas strategi *branding* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di industri e-commerce. *Journal Central Publisher*, 1(9), 1066–1072.
- Setiawan, H., Alya, & Amayati, V. (2025). Analisis tipografi dan tata letak terhadap daya serap informasi dalam media cetak. *Syi'ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan dan Bimbingan Masyarakat Islam*, 8(1), 42–52. <https://doi.org/10.37567/syiar.v8i1.3739>
- Sinaga, D. A., & Hutabarat, Y. P. (2023). Strategi *rebranding* melalui pendekatan visual identity pada usaha kecil dan menengah di Jakarta. Universitas Tarumanagara Repository. <https://doi.org/10.5678/rebranding.untar.2023.4A120823232518>
- Sitorus, C. P., & Simbolon, B. R. (2019). Penerapan angle camera dalam videografi jurnalistik sebagai penyampai berita di Metro TV biro Medan. *Jurnal Social Opinion: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 4(2), 137–150.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Gheta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C.,

- Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). *Brand marketing: The art of branding*. Media Sains Indonesia.
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode penelitian komunikasi (kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional)*. Bandung: Alfabeta.
- Syaputra, A. A., & Mahendra, A. I. (2023). Penerapan prinsip desain komunikasi visual pada Instagram @kpudiy guna memenuhi kebutuhan informasi. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(3), 1564–1582.
- Thejahanjaya, D., & Yulianto, Y. H. (2022). Penerapan psikologi warna dalam color grading untuk menyampaikan tujuan di balik foto. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(9).
- Undari Sulung, & Mohammad Muspawi. (2024). Memahami penelitian data sumber: Primer, sekunder, dan tersier. *Penelitian Pendidikan*, 5(3), 110-116. <https://doi.org/10.47827/jer.v5i3.238>
- Wheeler, A. (2013). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team* (4th ed.). Wiley.
- Widiantara, T. (2018). Kajian perbandingan tepung kacang koro pedang (*Canavalia ensiformis*) dengan tepung tapioka dan konsentrasi kuning telur terhadap karakteristik cookies koro. *Pasundan Food Technology Journal*, 5(2), 146–153.
- Witabora, J. (2020). Peran dan Perkembangan Ilustrasi. *Humaniora*, 3(2), 659–667. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v3i2.3410>