

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Widoyo, ““Melestarikan budaya pada generasi muda,” 2017, [Online]. Available: <https://binus.ac.id/character-building/2021/02/melestarikan-budaya-batik-pada-generasi-muda/>
- [2] U. K. Petra, “Pengembangan Strategi Promosi Online Yul Gendhis Batik Pada Masa New Norma Yul Gendhis Batik Online Marketing Strategi,” vol. 6, no. 2, pp. 106–120, 2022.
- [3] T. M. Mukmin, “Pembuatan Identitas Merek Pada Produk Batik RBS,” pp. 1365–1372.
- [4] A. dan C. D. Christie, “Perancangan Ulang Desain Identitas visual Klikasuransiku.com,” pp. 587–601, 2020.
- [5] S. DARMA, “Perancangan Identitas Visual Dan Media Promosi Pariwisata Kabupaten Purwakarta,” pp. 235–246, 2015, [Online]. Available: <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/105056/slug/perancangan-identitas-visual-dan-media-promosi-pariwisata-kabupaten-purwakarta.html>
- [6] V. Vydia, A. N. Putri, and J. Suntoro, “Peningkatan Ketrampilan Merancang Identitas Visual Pada Produk Umkm Binaan Serabut Nusa Berdaya Kabupaten Semarang-Ungaran,” *Din. J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 13–17, 2022, doi: 10.33752/dinamis.v2i1.533.
- [7] T. W. S. S. M. S. Nadia Safina, “Perancangan Identitas Visual Batik Tegalan Umar Hasan Afif di Tegal,” vol. 5, no. 3, pp. 21–28, 2018.
- [8] R. M. H. Imanuddin, G. Susilo, Y. Ade, and L. Hermanto, “Rebranding of Ma ’ Ayu Batik of Probolinggo to Increase Brand Awareness Rebranding Ma ’ Ayu Batik Probolinggo sebagai Upaya

- Peningkatan Brand Awareness,” vol. 1, no. 6, pp. 744–762, 2021, doi: 10.17977/um064v1i62021p744-762.
- [9] R. D. Setio Astuti, “Perancangan Ulang Corporate Identity Rumah Batik ‘ Anto Djamil ’ Di Sokaraja Dengan Pendekatan Motif Lumbon,” *Karya, Tugas Akhir Seni, Inst. Isi, Indones.*, 2018, [Online]. Available: [http://repository.isi-ska.ac.id/2779/%0Ahttp://repository.isi-ska.ac.id/2779/1/RETNO DWI S.A..pdf](http://repository.isi-ska.ac.id/2779/%0Ahttp://repository.isi-ska.ac.id/2779/1/RETNO%20DWI%20S.A..pdf)
- [10] Muhammad Arjrun, “Pengertian Batik dan Jenis Batik,” 2022, [Online]. Available: [https://www.academia.edu/38043595/Pengertian\\_Batik\\_dan\\_Jenis\\_Batik](https://www.academia.edu/38043595/Pengertian_Batik_dan_Jenis_Batik)
- [11] R. Ariffadillah, “Redesign Identitas Visual Universitas Komputer Indonesia,” pp. 7–32, 2011.
- [12] A. Jeklin, “Theory’S of Logo,” no. July, pp. 1–23, 2016.
- [13] Murphy and Rowe, “Teori Tentang Logo Beserta Elemen Visualnya dan Teori Budaya Perusahaan,” *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2019, [Online]. Available: [https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/572/jbptunikompp-gdl-tonyvancha-28556-10-unikom\\_t-i.pdf](https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/572/jbptunikompp-gdl-tonyvancha-28556-10-unikom_t-i.pdf)
- [14] T.Amiruddin, “Bab II Landasan Teori,” *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 8–24, 2019.
- [15] N. Ismi, “Upaya Pengenalan Warna Melalui Praktik Langsung Di Tk Aba Purwodiningratan Yogyakarta,” pp. 17–19, 2012.
- [16] S. Rehan, “Pendekatan Ilmu Desain Komunikasi Visual,” vol. 2, no. 5, p. 255, 2009.
- [17] Irvan Mardiansah, “Kajian Kesan Dan Fungsi Tulisan Nama

- Kelompok Xtc, Brigez, M2r Dan Gbr Di Jembatan Layang Pasupati Bandung,” vol. 5, no. 3, pp. 248–253, 2011.
- [18] E. Mogaji, “Brand Guideline,” *SSRN Electron. J.*, pp. 1–9, 2019, doi: 10.2139/ssrn.3316485.
- [19] Nyoman Anom Fajaraditya Setiawan, *Sistem Tanda Visual Logo STMIK STIKOM Indonesia*, 1st ed. Denpasar: STMIK STIKOM Indonesia, 2019. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=K2-9DwAAQBAJ&lpg=PP1&dq=elemen yang terkandung brand guideline&lr&hl=id&pg=PR4#v=onepage&q&f=false>
- [20] William J. Stanton, “Prinsip Pemasaran”, (Jakarta: Erlangga, 1984), hlm.269 8,” pp. 8–38, 1984.
- [21] Erni Yunaida, “Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa,” *J. Manaj. dan Keuang.*, vol. 6, no. 2, pp. 798–807, 2017.
- [22] M. Ningtyas, “Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian,” *Metod. Penelit.*, pp. 32–41, 20014.
- [23] Sugiyono, “Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian,” pp. 33–40, 2013.
- [24] D. Subagja, “Gaya Komunikasi Ketua Sakamichi Squad Bandung (Ssb) Dalam Meningkatkan Loyalitas Anggotanya,” *Unikom*, no. 2009, pp. 49–63, 2018, [Online]. Available: <http://ir.obihiro.ac.jp/dspace/handle/10322/3933>
- [25] K. C. Sugiyono Guzman and W. Oktarina, Nina Paper, “BAB III Metode Penelitan Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2008),” *Econ. Educ. Anal. J.*, vol. 7, no. 1, pp. 335–336, 2018.

- [26] E. sumiati, "Model Pemberdayaan Masyarakat Dalam Mempertahankan Kearifan Lokal," *J. Upi*, vol. 1–14, pp. 61–74, 2015.
- [27] E. Sasmoko, "Metode Penelitian Pengukuran dan Analisis Data," *Lippo Karawaci, Tangerang HITS*, p. 80, 2005.
- [28] Y. P. Risya, "Pengembangan Daya Tarik Kawasan Wisata Bunga Cihideung, Kecamatan Parongpong, Kabupaten Bandung Barat," *Univ. Pendidik. Indones.*, pp. 33–41, 2014.