

### Daftar Pustaka

- [1] Samsudi, “Ruang Terbuka Hijau Kebutuhan Tata Ruang Perkotaan Kota Surakarta,” *J. Rural Dev.*, vol. 1, pp. 1–9, 2010.
- [2] N. M. Anngit Pratomo, Soedwihahjono, “Kualitas Taman Kota Sebagai Ruang Publik Di Kota Surakarta Berdasarkan Persepsi Dan Preferensi Pengguna,” *Perenc. Wilayah, Kota, Dan Pemukim.*, vol. 1, p. 12, 2019.
- [3] Y. A. Citra, “Perancangan Brand Identity Objek Wisata Waduk Darma Kabupaten Kuningan,” *e-Proceeding Art Des.*, vol. Vol. 7, no. No.2, p. 1110, 2020.
- [4] R. Landa, *Graphic Design Solution*. Boston: Cengage Learning, 2018.
- [5] D. A. Aaker, *Brand Portofolio Strategy: Creating Relevance, Differentiation, Energy, leverage, and Clarity*. New York: Free Press, 2020.
- [6] T. M. Abdi, “Studi Kepustakaan Mengenai Landasan Teori Dan Praktik Konseling Expressive Writing,” *J. BK UNESA*, vol. Vol 8, pp. 1–8, 2018.
- [7] S. Ramadeni and D. W. Soewardikoen, “Identitas Visual Dan Media Promosi Wisata Edukasi Jendela Alam,” *Desain Komun. Vis. Manaj. Desain dan Periklanan*, p. 113, 2017, doi: 10.25124/demandia.v2i01.767.
- [8] G. S. Astrid, “Perancangan Identitas Visual Hutan Kota Cijantung,” Bina Nusantara University, 2015.
- [9] D. W. S. Yusantiar Renta, “Perancangan Identitas Visual Untuk Promosi Pariwisata Kabupaten Rembang,” *J. Desain Komun. Vis. Multimed.*, vol. 4, p. 14, 2018.
- [10] Kula.Creative, “Semesta Art Gallery,” *dribbble.com*, 2020.  
<https://dribbble.com/shots/16062372-Traditional-dancer-minimalist-logo-design>
- [11] Zarla, “Lime and Lemon,” *Zarla.com*, 2021.  
<https://www.zarla.com/design/c9pp7vdcv8gptctpcymq/icon/icon>
- [12] A. Oscario, “Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Brand,” *Humaniora*, vol. 4, no. Vol. 4 No. 1 (2013): Humaniora, p. 12, 2013.
- [13] D. Y. Angelita, “Perancangan Ulang Identitas Visual Taman Bermain Kepompong,” 2012.

- [14] A. H. Fernadi, “Analisa Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Awareness Dan Brand Satisfaction Brotherwood Decoration Surabaya.”
- [15] A. A. S. I. P. Made Arini Hanindharputri, “Elemen Visual Sebagai Pembentuk Kekuatan Logo,” *J. Inf.*, vol. 1, no. Vol 1 (2018): SENADA (Seminar Nasional Desain dan Arsitektur) 2018, p. 6, 2018.
- [16] G. Imam, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. 2013.
- [17] P. Sugiyono Dr., *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 2013.
- [18] A. V. Haya, “Klasifikasi Jenis Data Penelitian,” *Teknol. Pendidik. dan Fak. Ilmu Pendidik.*, 2019.
- [19] Zuhri Salman, “Desain Komunikasi Visual Pada Kue Bosang Makassar Di Sosial Media Instagram,” Universitas Muhammadiyah Makassar, 2019.
- [20] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Alfabeta. Bandung, 2009.
- [21] Hardiansyah Haris, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, Salemba Hu. Jakarta Selatan, 2014.
- [22] I. Faris Puri, “Desain Media Promosi Objek Wisata Sanggluri Purbalingga,” Universitas Negeri Yogyakarta, 2014.
- [23] Gobah Fadhilah Siti, “Perancangan Visual Branding ‘Rumah Pohon Laing Park,’” *J. Desain Komun. Vis.*, vol. 7, p. 25, 2018.
- [24] S. A. K. Meilinda Ayunni, Hairunnisa, “Analisis Unique Selling Propositioning Pada Kegiatan Promosi Rumah Makan Geprek Express,” *eJournal Ilmu Komun.*, vol. 6, pp. 28–42, 2018.
- [25] Heriyadi, “Strategi Positioning Dalam Persaingan Bisnis (Points Of Difference Dan Points Of Parity),” *Asian J. Innov. Enterprenersh.*, vol. 03, no. 03, pp. 1–11, 2018.