

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Rustan, “Mendesain Logo. Gramedia.,” pp. 1–10, 2013.
- [2] Dinas Pekerjaan Umum Kota Binjai, “PROFIL KABUPATEN / KOTA KOTA BINJAI SUMATERA UTARA.”
- [3] “Binjai Terima Adipura Untuk Kategori Kota Sedang - Tribunnews.com.” <https://www.tribunnews.com/regional/2013/06/10/binjai-terima-adipura-untuk-kategori-kota-sedang> (accessed Mar. 24, 2022).
- [4] “Pemerintah Kota Binjai.” <https://binjaikota.go.id/berita-67-detail/binjai-peringkat-9-kota-paling-toleran-di-indonesia> (accessed Mar. 23, 2022).
- [5] BPS, *Kota Binjai Dalam Angka 2021*. 2021.
- [6] Binjai, “Pemerintah Kota Binjai,” 2020. <https://binjaikota.go.id/home> (accessed Apr. 06, 2022).
- [7] “Warga Sebut Binjai Bukan Kota Idaman, Bosan Tiap Hari ‘Makan’ Debu - Tribun-medan.com.” <https://medan.tribunnews.com/2018/07/18/warga-sebut-binjai-bukan-kota-idaman-bosan-tiap-hari-makan-debu> (accessed Apr. 06, 2022).
- [8] “TUGAS AKHIR PERANCANGAN CITY BRANDING KOTA BUKITTINGGI SEBAGAI PEMBENTUK IDENTITAS KOTA KARYA DISAIN Oleh: Raudhul Rizky NIM 0911910024 PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL JURUSAN DISAIN FAKULTAS SENI RUPA INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA 2014 UPT Pe.”
- [9] B. Y. Widyaswara, B. M. Wibawa, and M. S. Hakim, “Perancangan Logo dan Slogan Kabupaten Trenggalek Sebagai Media City Branding,” *J. Sains dan Seni ITS*, vol. 7, no. 1, Apr. 2018, doi: 10.12962/j23373520.v7i1.28190.
- [10] B. A. Hananto, “Perancangan Logo Dan Identitas Visual Untuk Kota

- Bogo,” *Titik Imaji*, vol. 2, no. 1, pp. 19–32, 2019, doi: 10.30813/.v2i1.1525.
- [11] P. DKI, “ENJOY JAKARTA BRAND GUIDELINES”.
- [12] “Analisis Proses City Branding’ Taste Of Padang’ sebagai Brand Destinasi Pariwisata Sumatera Barat | Hidayat | Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha.”
- [13] T. 7, “Jogja istimewa Visual Identity.”
- [14] “Branding: Unsur, Jenis, dan Manfaat Yang Perlu Anda Ketahui.” <https://www.jurnal.id/id/blog/unsur-jenis-tujuan-dan-manfaat-branding/> (accessed Mar. 21, 2022).
- [15] E. Juliana, “Mengenal Tentang Branding: Definisi, Unsur, Tujuan dan Manfaatnya,” *retizen.republika.co.id*, 2022.
- [16] S. W. Alessandri, *Visual Identity: Promoting and Protecting the Public Face of an Organization*. M.E. Sharpe, 2014. doi: 10.4324/9781315698335.
- [17] N. Noordyanto, “STUDI TIPOGRAFI KAWASAN DI YOGYAKARTA,” *DeKaVe*, vol. 9, no. 1, pp. 65–84, 2017, doi: 10.24821/dkv.v9i1.1659.
- [18] D. Sihombing, *Tipografi dalam Desain Grafis*. 2001. Accessed: Jul. 27, 2022. [Online]. Available: Gramedia Pustaka Utama
- [19] N. Sarwo, *Manajemen Warna dan Desain, Yogyakarta: CV*. 2015.
- [20] A. R. Banjarnahor, E. Hariningsih, H. Hasyim, D. M. B. Putri, and ..., *Social Media Marketing dan Bisnis Modern*. 2022.
- [21] L. Eagle, B. Czarnecka, S. Dahl, and J. Lloyd, *Marketing Communications*. 2020. doi: 10.4324/9781003089292.
- [22] A. S. M. Romli, “Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online,” *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Online*. p. 200, 2014.

- [23] Nana Syaodih Sukmadinata, "Metode Penelitian Pendidikan," *Bandung: Alfabeta*, p. 208, 2012.
- [24] A. F. Pakpahan *et al.*, *Metodologi Penelitian Ilmiah*. 2021.
- [25] M. P. I. Rahmadi, S.Ag., "Pengantar Metodologi Penelitian Antasari Press Banjarmasin 2011," pp. 1–132, 2011.
- [26] E. Sugawara and H. Nikaido, "Properties of AdeABC and AdeIJK efflux systems of *Acinetobacter baumannii* compared with those of the AcrAB-TolC system of *Escherichia coli*," *Antimicrob. Agents Chemother.*, vol. 58, no. 12, pp. 7250–7257, 2014, doi: 10.1128/AAC.03728-14.
- [27] D. Stan, "Mengenal standar metode 5W1H - Referensi Standar," 2021.
- [28] P. Binjai, "RPJMD KOTA Binjai 2021-2026," 2021.
- [29] Lifia, "Tipografi: dari Kontras hingga Psikologi," *journal*, 2019.
- [30] P. Zharandont, "PENGARUH WARNA BAGI SUATU PRODUK DAN PSIKOLOGIS MANUSIA," *Hum. Binus*, vol. 2, no. Terminologi warna, p. 1086, 2011.
- [31] A. Leoni, "TEORI KEVIN LYNCH, 5 ELEMEN PEMBENTUK KOTA TERHADAP CITRA KOTA by Ananda Leoni."