

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Aaker, D. A. (2012). Building strong brands. Simon and schuster.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson.
- Migotuwio, N. (2020). Desain grafis: Kemarin, kini, dan nanti. Alinea Media Dipantara.
- Primasanti, H. (2023). Belajar Desain Grafis Untuk Pemula: Mahir Segala Jenis Desain, Semua Orang Bisa Jadi Desainer. Anak Hebat Indonesia.
- Rasa, I. N. M. A. G., Astiti, M. P., Eryani, I. A. A. P., Yudiastari, I. N. M., & Semaryani, I. A. A. M. (2023). Pentingnya kemasan dalam pemasaran produk. Scopindo Media Pustaka.
- Smith, R. D. (2020). Strategic planning for public relations. Routledge.

B. Artikel Ilmiah

- Abbas, W., Amin, A., Prawira, M. R., & Antuli, R. R. (2023). Penguatan UMKM di Desa Sumberjo Melalui Program 3P: Pembuatan Brand, NIB, dan Pendampingan Sertifikasi Halal. Yumary: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 4(2), 193-202.
- Adegbola, O., Aromona, O., & Elegu, A. A. (2025). When public relations ethics clash with reality: How PR professionals negotiate “brown envelope” practices in interactions with journalists. Public Relations Review, 51(1), 102534.
- Adiweni, et.al (2023). Redesain Logo Sebagai Upaya Memperkuat Identitas Merek Ud. Usahabaru. Artika, Vol 7 (1).
<https://ejournal.ikado.ac.id/index.php/artika/article/view/685>
- Ahmadoğlu, A. A. Ö. Ü. A. (2024). The Influence of Artificial Intelligence on the Evolution of Graphic Design: Explore and Predictions for future trends. Humanities & Natural Sciences Journal, 5(5), 368-375.
- Alfiansyah, R. (2024). Strategi Peningkatan Brand Awareness Untuk Membentuk Brand Recognition dan Brand Identity Pada UMKM Di Desa Kebonturi. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara, 5(1), 625-632.
- Arifudin, D., Heryanti, L., & Pramesti, D. (2021). Pelatihan desain mockup dan logo sebagai branding produk untuk meningkatkan nilai jual bagi UMKM. JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri), 5(5), 2640-2651.
- Bakiyah, H., Indarsih, M., Yuniani, H., & Astuti, F. D. (2022). Strategi Komunikasi Public Relations Pt Cakra Mahkota Dalam Customer Relations. Jurnal Komunikasi Dan Budaya, 3(1), 20-34.

- Budiarta, I. G. M., & Sila, I. N. (2022). Pemanfaatan aplikasi coreldraw sebagai media pembelajaran pada kuliah desain komunikasi visual prodi pendidikan seni rupa undiksha. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha*, 12(2), 115-128.
- Celsya, S., & Ariyanto, H. H. (2021). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Produk Organik Di Kota Batam*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(4), 857-872.
- Faiqoh, E. (2021). Efektivitas penggunaan media booklet dibandingkan dengan leaflet dalam meningkatkan pengetahuan variasi menu MP-ASI pada ibu balita (Doctoral dissertation, Poltekkes Kemenkes Yogyakarta).
- Gupta, S., Gallear, D., Rudd, J., & Foroudi, P. (2020). The impact of brand value on brand competitiveness. *Journal of Business Research*, 112, 210-222.
- Hadi, S., & Nastiti, K. (2024). Gula Tebu (*Saccharum Officinarum* Linn.) dan Palam (*Arenga Pinnata* Merr.) Terhadap Diabetes. *JFARM-Jurnal Farmasi*, 2(1), 7-12.
- Handaru, W. C., & Setiawan, A. (2023). *Merancang Identitas Visual untuk Pasar Tradisional*. Universitas Brawijaya Press.
- Hendrayani, Y., & Manihuruk, H. (2020). Redesain kemasan dalam meningkatkan brand awarness produk unggulan UKM Cilodong Berkarya. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 3(1), 212-220.
- Hereyah, Y., & Andriani, R. (2020). Gojek re-branding menyasar pangsa pasar milenial (studi kasus rebranding Gojek). *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(2-3), 9-20.
- Kumontoy, M., Tumbel, A., & Tampenawas, J. (2023). Pengaruh Brand Awareness, Brand Characteristic dan Emotional Branding Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow di Ms Glow Pusat Tondano. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(1), 568-579.
- Kusnadi, E. (2021). Peran Graphic Designer Dalam Mempromosikan Brand Everfresh. *Jurnal Pariwisata*, 1(1), 41-45.
- Lubis, F. W. (2024). Perancangan Visual Branding “Fresh Drink Maxboy”. *APRESIASI*, 1(3), 75-88.
- Muntazori, A. F., & Listya, A. (2021). Branding UMKM Produk Kopi Bang Sahal melalui Desain Logo. *SENADA: Semangat Nasional Dalam Mengabdi*, 1(3), 342-351.
- Najib, M., Sumarwan, U., & Septiani, S. (2020). Organic food market in Java and Bali: Consumer profile and marketing channel analysis. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 14(2), 283-304.
<https://jurnal.kemendag.go.id/index.php/bilp/article/view/447>

- Novita, W., & Triadi, Y. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 4(1), 152-161.
- Pecot, F., Celhay, F., Kacha, M., & Lombard, G. (2022). Expressions of the past: A practice-based approach of brand longevity visual translation in advertising. *Journal of Business Research*, 150, 121–133. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.06.017>
- Pemerintah Kabupaten Semarang. (2023). Jumlah UMKM di Kabupaten Semarang. semarangkab.go.id. <https://www.semarangkab.go.id>
- Pemerintah Kabupaten Semarang. (2024, May 21). "Banyaknya Jenis Usaha UMKM di Kab.Semarang tahun 2023": Portal Satu Data Kabupaten Semarang. <https://data.semarangkab.go.id/ckan/dataset/banyaknya-jenis-usaha-umkm-di-kab-semarang/resource/1dc6c6b8-9362-4ca3-a9c5-279d3995424b>
- Peruzzi, M. R., Alfiandi, M. F., & Gunadi, W. (2023). Antiseden pembelian makanan organik di Indonesia. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(2), Maret–April 2023. e-ISSN: 2774-7042 / p-ISSN: 2302-8025.
- Piantara, I. G. N. (2021, February). Adaptasi Desainer Di Era Perkembangan Aplikasi Instan Desain. In *SANDI: Seminar Nasional Desain* (Vol. 1, pp. 90-97).
- Pranoto, Abdul C., Ahmad Z. A., Lintang A. A., & Wilda W. N. H. (2022, June 1). Identifikasi Populasi Pohon Aren (*Arenga pinnata*) sebagai Potensi Utama Produk Kreatif Desa Wisata Brangjeng Ungaran. *Media Informasi Penelitian Kabupaten Semarang – SINOVA* (Vol. 1, pp. 100-111).
- Putri, N. A. S., Sulma, N. Y., & Pranoto, P. A. (2023). Peran Public Relations dalam Membangun Komunikasi dengan Publik Internal pada PT Indonesia Power Priok POMU. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 200-209.
- Rinaldi, M., Pertiwi, A. B., & Satyadharma, I. G. N. W. (2023). Perancangan Brand Identity Bandung Communication and Community (Bdgcom_Unity). *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 1193-1198.
- Rutherford, S. (2020). Engaging students in curriculum development through design thinking: A course design case. *International Journal of designs for learning*, 11(3), 107-125.
- Satiti, W. S., Umardiyah, F., Hidayatulloh, F., Munfarida, N. F., Fatmawati, M., & Hanafi, A. (2022). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva untuk Remaja di Desa Kalikejambon. *Jumat Informatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 105-109.
- Sepri, D., & Hidayat, D. (2020). Branding produk memasuki masa new normal. *Journal of Digital Communication and Design*, 1(1), 13-21.

- Shams, R., Chatterjee, S., & Chaudhuri, R. (2024). Developing brand identity and sales strategy in the digital era: Moderating role of consumer belief in brand. *Journal of Business Research*, 179, 114689. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114689>
- Suardana, I.M., Yuliati, N.N., Wijayanto, S.A., Bairizki, A. & Hikmah. 2023. Pengembangan Usaha Gula Aren Dusun Bentek Dan Koloh Berora Desa Manggala Kabupaten Lombok Utara. *Valid Jurnal Pengabdian* 1(2) : 12-20
- Syailendra, S., Setiawan, M., Anggraini, R., & Sari, R. M. (2024). Strategi Bisnis Umkm Untuk Naik Kelas Pasca Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 15(1), 66-76.
- Widiantara, I. K. A. (2020). Strategi Public Relations Pemprov Bali Menuju Bali Bebas Sampah Plastik. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(2-3), 84-91.
- Widiastuti, S., & Kusumaningrum, J. (2022). Perancangan Corporate Identity untuk Meningkatkan Brand Image Perusahaan. *Manajemen*, 2(2), 150-159.
- Xie, H. (2023). Analysis of interaction function of modern graphic design based on technical-aided design. *Journal of King Saud University-Science*, 35(8), 102828.
- Zafar, M. Z., Shi, X., Yang, H., Abbas, J., & Chen, J. (2022). The impact of interpretive packaged food labels on consumer purchase intention: The comparative analysis of efficacy and inefficiency of food labels. *International journal of environmental research and public health*, 19(22), 15098.

C. Website

- Eri Lukman Hadi (2024, March 1). "Tips membedakan Gula Aren Murni dan Campuran": Basfood. [Aren Murni dan Campuran | Membedakan Gula Campuran | Tips](#)
- Muhammad Syaifulloh (2022, October 14). "Proses Pembuatan Gula Aren, Gula Berbahan Dasar Air Nira": Tempo. [Proses Pembuatan Gula Aren, Gula Berbahan Dasar Air Nira | tempo.co](#)
- Pemerintah Desa Branjang. (n.d.). Mata pencaharian terbesar warga sebagai petani dan pelaku UMKM. branjang.desa.id.
- TangselOke. (2024, Juni 27). *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk pertanian organik*. Diakses dari <https://tangseloke.com/2024/06/27/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-keputusan-konsumen-dalam-membeli-produk-pertanian-organik>