

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. F., Evadianti, Y., & Asniar, I. (2021). *Public relations*. Ikatan Guru Indonesia.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=hLIjEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=DEFINISI+PUBLIC+RELATIONS&ots=uWNEU7SCI0&sig=wuk2pTJ3SJ5XgBCfrhc4yGVwYPs&redir_esc=y#v=onepage&q=DEFINISI PUBLIC RELATIONS&f=false
- 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. <https://doi.org/https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2765>
- Andika, R. W., & Lubis, D. S. (2023). Perancangan Logo Sebagai Brand Identity Pada UMKM Bakso Goreng Taksihmurah Dengan Konsep Desain Dua Dimensi (2D). *REMIK: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(2), 955–967. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12319>
- Anjani, N. M. A. C. M., Artha, I. G. A. I. B., & Purnami, P. W. S. (2024). Perancangan Brand Identity UMKM Steak Ijow Jalanan Dalam Upaya Meningkatkan Brand Awareness Di Made Blez Studio. *AMARASI: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 5(02), 219–229. <https://jurnal2.isi-dps.ac.id/index.php/amarasi/article/view/4102>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/6766/5413>
- Armayanti, N., Pramana, D., & Sos, S. (2022). *Public Relation*. Merdeka Kreasi Group.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=hLIjEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=DEFINISI+PUBLIC+RELATIONS&ots=uWNEU7SCI0&sig=wuk2pTJ3SJ5XgBCfrhc4yGVwYPs&redir_esc=y#v=onepage&q=DEFINISI PUBLIC RELATIONS&f=false
- Basri, M. H., Rizaq, M. C., & Ernawati, E. (2023). Brand Identity Jamur Crispy Dua Putri Driyorejo Gresik Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal SASAK: Desain Visual Dan Komunikasi*, 5(2), 123–126. <https://doi.org/https://doi.org/10.30812/sasak.v5i2.3464>
- Bella, P. M., & Pahlevi, A. S. (2024). Perancangan Brand Identity dan Visual Identity UMKM Meerjo Cerpes Taman Merjosari dan Implementasinya Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *International Conference on Art, Design, Education and Cultural Studies (ICADECS)*, 6(1).

<https://conference.um.ac.id/index.php/icadecs/article/view/9485>

- Da'on, I. A., & Hendri, Z. (2023). Pengembangan identitas visual brand Wavymilk di Sukabumi. *Sungging Jurnal Seni Rupa, Kriya, Desain Dan Pembelajarannya*, 2(1), 50–66. <https://doi.org/https://doi.org/10.21831/sungging.v2i1.60553>
- Harsari, R. N., Wahidiat, M. P., Permanasari, D. E., Negoro, A. T., Sutarwiyasa, I. K., Mustikadara, I. S., Basiroen, V. J., Putri, R. A., Suminto, M. A., & Setiyoko, N. (2024). *Dasar-dasar Desain Grafis: Teori dan Panduan Dasar bagi Pemula*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=4JIJEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA14&dq=Dasar-dasar+Desain+Grafis:+Teori+dan+Panduan+Dasar+bagi+Pemula&ots=iJvVvnDYZf&sig=UBUYxDBXG5NxQ9jV7W3D4CkYa84>
- Herlina Tarigan, M. (n.d.). BRAND AWARENESS, BRAND EQUITY, DAN MANFAATNYA. *DIGITAL*, 175. [http://eprint.stieww.ac.id/2672/2/Sertifikat dan Buku DIGITAL MARKETING %20Era Revolusi Industri 4.0%29.pdf#page=185](http://eprint.stieww.ac.id/2672/2/Sertifikat%20Era%20Revolusi%20Industri%204.0.pdf#page=185)
- Izza, C. R. (2026). Perancangan Visual Identity sebagai Brand Recognition pada Produk Jatem. *Journal of Design and Creative Media Studies*, 1(1), 1–15. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jdcms/article/view/51364>
- Kasim, H. S., Syahrudin, S., Purwitasari, P., & Menungsa, A. S. (2023). Pelatihan Brand Identity untuk Meningkatkan Kesadaran Merek dan Daya Saing UMKM. *JURDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat Unusra*, 1(1), 8–17. <https://doi.org/https://doi.org/10.4876/jurdimas.v1i1.84>
- Lestari, R. T., Haryono, D., Adawiyah, R., & No, J. P. D. S. B. (2022). Sikap, pola konsumsi, dan kepuasan konsumen Kopi Ketje di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 10(2), 281–287. <https://doi.org/https://doi.org/10.23960/jiia.v10i2.5889>
- Manik, C. M., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian pada konsumen Starbucks di Kota Medan. *Journal of Social Research*, 1(7), 694–707. <https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr/article/download/134/174>
- Nurchahyo, M. (2022). Kajian peran sketsa dalam proses kreatif dan pendidikan desain (Kasus pengalaman belajar desain di era digital). *LINTAS RUANG: Jurnal Pengetahuan Dan Perancangan Desain Interior*, 10(2), 86–97. <https://doi.org/https://doi.org/10.24821/lintas.v10i2.7199>
- Oktavianingrum, A., Hidayati, D. N., & Nawangsari, E. R. (2023). Strategi branding membangun Brand Identity pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 1829–1836. <https://doi.org/https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3.1213>
- Pramezwary, A., Juliana, J., Eagan, B., Putri, F. J., & Setiadi, S. (2021). Pengaruh

- Identitas Brand Dan Strategi Penjualan Burger King Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 21(1), 10–18.
- Ramdhan, S. (2023). Pengenalan Ilmu Multimedia (Desain Grafis, Fotografi Dan Videografi) Kepada Masyarakat, Sebagai Bentuk Pemanfaatan Gadget Di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Global*, 2(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.38101/jpeg.v2i2.9649.g637>
- redcomm.co.id. (2024). 7 Elemen Brand Identity yang Kuat Agar Bisnis Mudah Diingat. Redcomm.Co.Id. <https://redcomm.co.id/knowledges/element-brand-identity>
- Rochmaniah, A., Dharma, F. A., & Utomo, D. M. B. (2021). Buku Ajar Dasar-Dasar Public Relations. *Umsida Press*, 1–63. <https://press.umsida.ac.id/index.php/umsidapress/article/view/978-623-6292-23-5>
- Saputra, R. H., & Kesuma, M. el-K. (2025). Teori Desain Grafis. *Penerbit Mifandi Mandiri Digital*, 1(02). <http://jurnal.mifandimandiri.com/index.php/penerbitmmd/article/view/150>
- Sentosa, I., & Vanel, Z. (2024). Strategi marketing public relations Sabandina Koffie untuk membangun brand recognition. *Journal Media Public Relations*, 4(2), 10–22. <https://doi.org/10.37090/jmp.v4i2.1866>
- Septiyani, D. A. (2024). Evolusi Public Relation Di Era Digital. *Journal Media Public Relations*, 4(1), 1–9. <https://doi.org/10.37090/jmp.v4i1.1596>
- Sigit. (2025). *UMKM Jadi Penopang Pertumbuhan Ekonomi Jawa Tengah*. Humas.Jatengprov.Go.Id. https://humas.jatengprov.go.id/detail_berita_gubernur?id=10126
- Wardhana, A. (2022). *Brand Image dan Brand Awareness* (pp. 105–119). https://www.researchgate.net/publication/358140468_Brand_Image_dan_Brand_Awareness