

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman I., Dienaputra D., Wardiani R., & Rachmat N. (2022). *Estetika Morfologi Logo*. admin,+8.+Dida+I.+Abdurrahman+(105-119). *Jurnal Panggung*, 32.
- Ahnaf Naufal, R., Kota Jakarta Timur, A., DKI Jakarta, P., Skripsi, P., & Pratiwi Nurhascaryani, D. (2024). *IMPLEMENTASI PROGRAM JAKARTA ENTREPRENEUR (JAKPRENEUR) DALAM MENGURANGI ANGKA PENGANGGURAN TERBUKA DI KOTA ADMINISTRASI JAKARTA TIMUR PROVINSI DKI JAKARTA*. Asdaf Kota Jakarta Timur, Provinsi DKI Jakarta.
- Ali, E. M. , & O. G. M. (2022). *Potential Influences of Graphic Design, And Critical Thinking on Publishing Scientific Products and Performance of Academic Services*.
- Alifia, A., Rahmadianto, A., & Pramudya, B. (2021). *PERANCANGAN BRAND IDENTITY DAN MEDIA NAWTELLA UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS*. In *SAINSBERTEK Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi* (Vol. 2, Number 1). DKV.
- Cholisatur Rizaq, M., & Nur Alisha, F. (2021). *Perancangan Brand Identity UMKM Sekar Mulya Sebagai Media Pengenalan Identitas dan Citra Produk*. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Desain Komunikasi Visual*, 6(2), 1.
- Dawami, A. K. (2025). *Peran Logo dalam Membangun Identitas Visual*. *CITRAWIRA : Journal of Advertising and Visual Communication*, 6(1), 26–37. <https://doi.org/10.33153/citrawira.v6i1.7021>
- Diana Sari, & M.Oktavianur. (2026). *BUSINESS MODEL ANALYSIS OF A CULINARY MICROENTERPRISE USING THE BUSINESS MODEL CANVAS FRAMEWORK*. *Multidisciplinary Indonesian Center Journal (MICJO)*, 3(1), 2101–2108. <https://doi.org/10.62567/micjo.v3i1.2256>

- Erico, D. A. M. J. H. D. W. M. P. P. and F. (2023). *Business Process Digitalization on Authentic Culinary Palembang. International Conference on Informatics, Multimedia, Cyber and Informations System (ICIMCIS)*.
- Fardhan, M. N., & Fakhruddin, D. (2024). *Perancangan ulang identitas visual UMKM Waroongku.id sebagai upaya meningkatkan brand awareness. Deskomvis: Jurnal Ilmiah Desain Komunikasi Visual, Seni Rupa Dan Media, 5(2), 75–86. <https://doi.org/10.38010/deskomvis.v5i2.83>*
- Laras Wati, D., Septianingsih, V., Khoeruddin, W., & Quraish Al-Qorni, Z. (2024). *Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia. Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMAK), 3(1), 265–283.*
- Monica, M. (2024). *Efek Warna Dalam Dunia Desain dan Periklanan. Humaniora.*
- Novitasari, L., & Fa'izah, A. (2022). TINJAUAN DESAIN PADA LOGO PROGRAM STUDI DKV ITB AHMAD DAHLAN JAKARTA. *JURNAL ADAT: Jurnal Seni Desain & Budaya, 4(2), 57–63.*
- Novitsari, L. , & F. A. (2022). *Tinjauan Desain pada Logo Program Studi DKV ITB Ahmad Dahlan Jakarta. Jurnal Adat, 57–63.*
- Oktavianingrum A., Hidayati N., & Nawangsari R. (2023). 1213-Article Text-9117-1-10-20230809. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN), 4(3), 1829–1836. DOI : <http://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3>.*
- Prawitarahmi, I., & Qalby, Z. H. (2025). *Meningkatkan Daya Saing UMKM melalui Pembangunan Brand Identity dan Inovasi Digital. Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 1(4), 3331–3338. <https://doi.org/10.63822/zanqhx12>*
- Puspita, I. M. (2019). *Marketing Public Relation Peremajaan Merek sebagai Strategi Pemasaran dalam Membangun Citra Produk Baru. Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia, 2(1), 19–26.*
- Ray, I., & Ariffudin Islam, M. (2022). *PERANCANGAN BRAND IDENTITY DAN MEDIA SOSIAL TRIVERSA SEBAGAI SARANA UNTUK MENINGKATKAN*

BRAND AWARENESS. Jurnal Barik, 3(3), 221–235.

<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>

Sawunggaling, A. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Pada UMKM. In

Book Chapter Manajemen Pemasaran Jilid 1.

<https://doi.org/10.15294/mp.v1i1.330>

Sudirman, A., & Chandra, E. (2022). *Kewirausahaan Digital: Eksistensi*

UMKM di Era Revolusi 4.0 (Efendi & Putri E., Eds.; 1st ed.). PT. Pena

Persada Kerta Utama.

Susanti, I. (2026). *PERAN FOTOGRAFI*

SEBAGAI MEDIA ILUSTRASI DALAM PROMOSI UNTUK

MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PRODUK KOSMETIK

MADAME GIE (Vol. 08, Number 02).

Usman, I. (2025). *Komunikasi Visual Dalam Branding: Peran Desain*

Grafis Dalam Membangun Identitas Merek. J-DIKUMSI: Jurnal

Pendidikan, Hukum, Komunikasi, 1(1), 14–25.

Vinza, A., Rizka, R. & Ervianty, M. (2019). THE INTERNATIONAL

JOURNAL OF APPLIED BUSINESS TIJAB *Penggunaan Media*

Komunikasi Pemasaran Digital sebagai Alat Pencapaian

Kesadaran Merek pada Produk Kitchenindo The Use of Digital

Marketing Communication Media as a Tool to Achieve Brand

awareness of Kitchenindo Products. THE INTERNATIONAL

JOURNAL OF APPLIED BUSINESS TIJAB, 3(1), 59–72.

Wardhana A. (2024). *BRAND MANAGEMENT IN THE DIGITAL ERA-*

EDISI INDONESIA. Eureka Media Aksara.

Rahmawati, Y., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). *Pengaruh cita*

rasa, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

(Studi kasus pada Resto Street Sushi Cabang Meruya Jakarta

Barat). Jurnal Humaniora, Ekonomi Syariah dan Muamalah, 1(3),

120-130.