

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2018). *Creating strong brands*. New York: Free Press.  
<https://books.google.com/books?id=0LLhAAAAMAAJ>
- Aprininta, E. B. (2023). Aktivitas seni budaya sebagai ruang ekspresi masyarakat Kota Semarang. *Jurnal Seni dan Budaya Nusantara*, 5(2), 45–53.
- Baalbaki, S., & Guzmán, F. (2022). A consumer-perceived consumer-based brand equity scale. *Journal of Brand Management*, 29(3), 287–306.
- Dillman, D. A., Smyth, J. D., & Christian, L. M. (2021). *Internet, phone, mail, and mixed-mode surveys: The tailored design method* (5th ed.). Hoboken: Wiley.
- Hidayat, R., & Pratama, A. (2023). Pengaruh identitas visual terhadap efektivitas komunikasi digital organisasi. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Indonesia*, 8(1), 21–30.
- Hermawan, A., & Nugroho, D. (2023). Peran logo dalam meningkatkan brand recognition organisasi seni. *Jurnal Komunikasi Visual*, 7(2), 88–97.
- Keller, K. L. (2021). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (5th ed.). London: Pearson Education.  
<https://www.pearson.com>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022). *Desa wisata berbasis budaya sebagai pengembangan pariwisata berkelanjutan*. Jakarta: Kemenparekraf RI.
- Koentjaraningrat. (2015). *Pengantar ilmu antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta. <https://kemenparekraf.go.id>
- Kusuma, D., & Andriani, S. (2022). Konsistensi identitas visual dalam membangun citra organisasi di media digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 112–121.

- Mailani, S., Prasetyo, H., & Rahmawati, D. (2024). Tantangan pengelolaan promosi sanggar seni pada era digital. *Jurnal Seni dan Media Kreatif*, 6(1), 34–43.
- Murcahyanto, H. (2023). Profesionalisme pengelolaan pembelajaran seni pada sanggar tari. *Jurnal Pendidikan Seni Indonesia*, 11(2), 76–85.
- Murni, L., Saputra, R., & Wulandari, F. (2025). Pengelolaan komunikasi digital dalam membangun brand identity organisasi seni. *Jurnal Public Relations Indonesia*, 9(1), 55–66.
- Nugroho, A., Setiawan, B., & Raharjo, T. (2022). Pemanfaatan media digital dalam promosi organisasi seni budaya. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 4(2), 90–101.
- Portal Data Jawa Tengah. (2022). Data organisasi kesenian Kota Semarang tahun 2022. Semarang: Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. <https://data.jatengprov.go.id>
- Pratama, A., & Hidayat, R. (2023). Strategi promosi digital organisasi seni berbasis media sosial. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 5(3), 66–74.
- Putri, N., & Maharani, A. (2023). Pengaruh brand identity terhadap citra organisasi di era digital. *Jurnal Desain dan Branding*, 7(1), 15–26.
- Putriani, F., Lestari, D., & Wibowo, A. (2024). Sanggar seni sebagai media pelestarian budaya lokal pada generasi muda. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 14(1), 50–61.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2019). *Effective Public Relations* (11th ed.). Pearson. <https://www.pearson.com>
- Jefkins, F. (2020). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga. <https://erlangga.co.id>

- Putro, R., & Yuliadi, K. (2022). Fungsi sanggar seni dalam penguatan identitas budaya daerah. *Jurnal Kajian Budaya Nusantara*, 3(2), 41–49.
- Rahayu, S., Kurniawan, M., & Puspitasari, E. (2025). Peran komunitas seni dalam pelestarian budaya lokal Kota Semarang. *Jurnal Sosial Budaya*, 12(1), 22–31.
- Rangkuti, F. (2021). Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. <https://www.gramedia.com>
- Safitri, N., Hidayah, A., & Ramadhan, F. (2025). Pembentukan karakter melalui pembelajaran seni tari pada sanggar seni. *Jurnal Pendidikan Seni dan Karakter*, 9(1), 63–74.
- Sari, M., & Pramono, Y. (2021). Pelestarian budaya melalui aktivitas sanggar seni masyarakat. *Jurnal Kebudayaan Indonesia*, 5(1), 12–20.
- Setiawan, D., & Lestari, P. (2021). Perancangan brand guideline sebagai upaya menjaga konsistensi identitas visual organisasi. *Jurnal Desain Grafis Indonesia*, 6(2), 101–110.
- Syifani, R., & Utina, S. (2025). Representasi nilai spiritual dalam tradisi Nyadran Kali masyarakat Desa Kandri. *Jurnal Antropologi Budaya*, 8(1), 40–49.
- Taherdoost, H. (2022). What are different research approaches? Comprehensive review of qualitative, quantitative, and mixed method research. *Journal of Academic Research in Management*, 11(1), 78–87. [https://www.researchgate.net/publication/358330923\\_What\\_Are\\_Different\\_Research\\_Approaches\\_Comprehensive\\_Review\\_of\\_Qualitative\\_Quantitative\\_and\\_Mixed\\_Method\\_Research](https://www.researchgate.net/publication/358330923_What_Are_Different_Research_Approaches_Comprehensive_Review_of_Qualitative_Quantitative_and_Mixed_Method_Research)
- Wheeler, A. (2023). Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team (6th ed.). Hoboken: Wiley. <https://www.wiley.com>

- Keller, K. L. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (5th ed.). Pearson.
- Kusuma, A., & Andriani, D. (2022). Pengaruh konsistensi identitas visual terhadap citra organisasi pada media digital. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 7(2), 85–94.
- Putri, N., & Maharani, R. (2023). Peran brand identity dalam membangun citra organisasi berbasis budaya. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 11(1), 45–56.
- Alina Wheeler. (2018). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. Wiley.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Kevin Lane Keller. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson.
- David Airey. (2015). *Logo Design Love*. New Riders.  
<https://www.logodesignlove.com/book>
- Ellen Lupton. (2014). *Thinking with Type*. Princeton Architectural Press.  
<https://thinkingwithtype.com>
- Leatrice Eiseman. (2017). *The Complete Color Harmony*. Rockport Publishers.  
<https://www.quartoknows.com>
- Bruce Archer. (1965). *Systematic Method for Designers*.  
<https://designsociety.org/publication/31417/Systematic+Method+for+Designers>
- Robin Landa. (2014). *Graphic Design Solutions*. <https://www.cengage.com>