

## DAFTAR PUSTAKA

- Aan, A., Kertiasih, N. K., Kertiasih, N. K., BUDHAYASA, I. P., & BUDHAYASA, I. P. (2017). Video Profil Sebagai Sarana Promosi Efektif Dalam Menunjang Eksistensi Program Studi Manajemen Informatika. *JST (Jurnal Sains Dan Teknologi)*, 6(2), 238. <https://doi.org/10.23887/jst-undiksha.v6i2.10705>
- Abiyasa, F. M., & Sanjaya, M. A. (2021). *MENGENAL LOGO GOJEK SOLV BERDASARKAN PERSEPSI*. 3(3), 172–179.
- Alfajri, M. F., Adhiazni, V., Aini, Q., Studi, P., Informasi, S., Islam, U., Syarif, N., & Jakarta, H. (2019). *PEMANFAATAN SOCIAL MEDIA ANALYTICS PADA INSTAGRAM DALAM PENINGKATAN EFEKTIVITAS PEMASARAN*. 8(2), 1–11.
- Andriani, F., & Anandita, C. (2019). Rebranding Sofyan Hotel Cut Meutia dalam Meningkatkan Citra. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 2(1), 93–104.
- Arbiyansyah Gusti, Ridwan Yusuf, B. S. (2022). *PENERAPAN MOTION FLAT DESIGN PADA OBJECT VIDEO PROMOSI CASE STUDI STMIK DHARMA WACANA Program Studi Teknik Informatika , STMIK Dharma Wacana Metro Dosen Tetap Teknik Informatika , STMIK Dharma Wacana Metro Jalan Kenangan No . 3 Mulyojati Kota Metro Email*. 2(1), 2–5.
- Artanto, A. T., Zuhroh, F., & Wibisono, A. B. (2018). Karakter Visual pada Video Promosi Sebagai Upaya Memperkenalkan UKM Sidoarjo. *Journal of Computer Science and Visual Communication Design*, 3(2), 46–57.
- Azhar, L., Darmadi, E. S., Ramdhani, I. H., & ... (2021). Pendampingan

- Rebranding Pada Usaha Tintun's Cookies. *SNPKM: Seminar ...*, 44–51.  
<http://journal.unilak.ac.id/index.php/SNPKM/article/view/8047>
- Azhari, R. D., & Fachry, M. F. (2020). Pembelian Batik Karawang Di Ramayana Mall , Karawang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(1), 37–44.  
<http://jurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/manajemen-ubhara/article/view/689>
- Bisnis, J., Indika, D. R., & Dewi, W. U. (n.d.). *ANALISIS REBRANDING UNTUK MEMBENTUK FAVORABLE BRAND IMAGE PADA RADIO PLAY 99ers*. 121–135.
- Carina, R. (2019). Penggunaan Huruf Dekoratif Dalam Tipografi Kinetis. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain*, 4(1), 17.  
<https://doi.org/10.25105/jdd.v4i1.4558>
- Com, B. (2021). *PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA*. 8(4), 3397–3405.
- Efendy, A., & Siagian, D. (2020). *Pengaruh brand identity terhadap brand loyalty melalui brand image dan brand trust: studi empirik pada produk honda motor di jakarta*. 1(21), 1–17.
- Firdaus Haidar, N. (2021). *ANALISIS KONTEN VISUAL POST INSTAGRAM Riliv DALAM MEMBENTUK CUSTOMER ENGAGEMENT*. *Jurnal Barik*, 2(2), 121–134. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Hananto, B. A. (2020). *IDENTITAS VISUAL ES KRIM UBIBU Pendahuluan*. 7(2), 110–125.
- Harliana, H., Hartatik, H., & Bhakti, R. M. H. (2021). Rebranding Barokah Furniture Blitar Melalui Pelatihan Pemasaran di Sosial Media. *JAMU:*

*Jurnal Abdi Masyarakat UMUS*, 2(01), 1–7.  
<https://doi.org/10.46772/jamu.v1i02.545>

Instagram. (n.d.-a). *fitur insight*.

Instagram. (n.d.-b). *reels*.

Kurniawan, Y. (2019). *Rischoco dalam meningkatkan*.

Minat, M., Wisatawan, K., & Yogyakarta, D. I. (2020). *Strategi Promosi Melalui Akun Instagram dalam membangun minat kunjung wisatawan di Yogyakarta*.

Nabila, N. I. (2018). PENGARUH PERUBAHAN LOGO (REBRANDING) TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PADA PT BANK BRI TBK. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 2(1).  
<https://doi.org/10.32493/frkm.v2i1.3418>

Nabilah, S., Nursan, M., & Komang, S. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap UMKM (Studi Kasus UMKM ZEA FOOD di Kota Mataram). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1 nomor 12(3), 2655–2660.

Ningrum, R. F., & Kuswardani, D. (2017). Perancangan Multimedia Pengenalan Objek Wisata Di Daerah Sumatera Barat. *Jurnal*, 7(1), 2089–5615.

Pramudita, A. S. (2020). Pengaruh Insight Sosial Media Instagram Terhadap Penjualan Pt Infia Niaga Digital. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 10(1), 1–14. <https://doi.org/10.34010/jurisma.v10i1.2264>

Prawita, R., Swasty, W., & Aditia, P. (2017). Membangun Identitas Visual Untuk Media Promosi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Jurnal Sositoteknologi*, 16(1), 27–42. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2017.16.1.3>

- Rais, R., Afriliana, I., & Budihartono, E. (2017). Peningkatan Ketrampilan Multimedia CorelDraw Di SMK Assalafiyah kota Tegal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 1(1), 55–61. <https://doi.org/10.30591/japhb.v1i1.689> *Rebranding dan alasan perlunya perusahaan melakukan ini.* (n.d.).
- Rerung. (2018). Bab Ii Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Rizal, M., & Pahany, M. A. (2021). *PERANCANGAN ANIMASI MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI STMIK AKBA Abstraksi Tinjauan Pustaka.*
- Santoso, P. Y., & Toruan, R. R. M. L. (2018). Strategi Marketing Public Relations Dalam Rebranding Hsbc Indonesia Untuk Membentuk Brand Awareness. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(1), 1–14. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/view/512>
- Seftiandy, S., & Sunaryo, R. (2018). Strategi Rebranding E-Commerce Blanja.com Meningkatkan Brand Awareness melalui Iklan Televisi. *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 15(1), 29. <https://doi.org/10.36451/j.isip.v15i1.12>
- Sudarti, K., & Dila, D. Z. M. (2020). Model Pembentukan Brand Loyalty Melalui Rebranding Dan Rational Appeals. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 21(1), 12. <https://doi.org/10.30659/ekobis.21.1.12-25>
- Sunarya, L., Purbayani, A. D., & Handayani, N. (2021). Media Video Promosi Pada Roofpark Cafe & Restaurant Pucak Bogor Jawa Barat. *Technomedia Journal*, 5(2), 220–234. <https://doi.org/10.33050/tmj.v5i2.1448>

- Syayaf, A. M. (2018). *Konsep Flat Design pada Karya Visual Akun Instagram @rumayshocom.*
- Winduwati, S. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Online Shop @ ivoree . id dalam Memasarkan Produk.* 135–141.
- Yosandiana, R. R., & Fadilla, A. N. (2017). Perancangan Ulang Identitas Visual Dan Media Promosi Wisata Bahari Surabaya North Quay Kota Surabaya. *OfArt* & <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/download/4772/4722>
- Yuliana, Y. (2020). Corona virus diseases (Covid-19): Sebuah tinjauan literatur. *Wellness And Healthy Magazine*, 2(1), 187–192. <https://doi.org/10.30604/well.95212020>
- Yuliyanti, N. (2018). *Abstrak Kata Kunci : Brand Association , Brand Identity , Brand Personality , Brand Trust , dan Purchase Intention . Abstract.* 1–8.
- Zaini, M. S., & Nugraha, J. (2020). Pengembangan Media Pembelajaran Multimedia Interaktif Berbasis Adobe Premiere Pro Pada Kompetensi Dasar Mengelola Kegiatan Humas Kelas XI Administrasi Perkantoran di SMK Negeri 2 Buduran Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran(JPAP)*,9(2),349–361. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jpap/article/view/10136>

