

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, T., Jatmika, D., Wahab, A., & Rusvitawati, D. (2020). *Pandemi Covid-19 : Mempercepat UMKM Dalam Sistem Informasi*. 2283–2291.
- Aji, R. P., & Murtono, T. (2020). *EKSISTENSI KOMUNITAS HANDLETTERING SURAKARYA DI SURAKARTA*. 1(2), 87–107.
- Alyandra, Y., & Widiatmoko Soewardikoen, D. (2017). *IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI WISATA KABUPATEN KUNINGAN*. 4(3), 787–798.
- Aminah, S. (2018). Rancang Bangun Aplikasi Education Game Pembelajaran Bahasa Inggris Berbasis Multimedia Pada SMP Negeri 8 Pagaralam. *Jurnal Ilmiah Betrik*, 9(01), 1–15. <https://doi.org/10.36050/betrik.v9i01.26>
- Andriyan, W., Sindiawati, & Kurnia, G. P. (2020). Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Informasi Pada Kelurahan Kebon Besar Kota Tangerang. *Bina Insani Ict Journal*, 7(1), 73–82.
- Angin, J. T. K. P. (2018). Perancangan Animasi 3D Taman Kota Menggunakan Software 3DS Max Menggunakan Metode MDLC. *Jurnal Ilmiah Core IT: Community Research Information Technology*, 6(1), 99–106.
- Apriansyah, M. R., Sambowo, K. A., & Maulana, A. (2020). Pengembangan Media Pembelajaran Video Berbasis Animasi Mata Kuliah Ilmu Bahan Bangunan Di Program Studi Pendidikan Teknik Bangunan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal PenSil*, 9(1), 9–18. <https://doi.org/10.21009/jpensil.v9i1.12905>
- Arfida, S., Wibowo, H., & Setya, A. F. (2020). *Penerapan Teknologi Android Terhadap Aplikasi Panduan Penggunaan Software Adobe Audition*. 14(x), 1–8.
- Auliannisa, G., & Syahputra. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom.

Bisnis dan Iptek, 10(2), 84. Diambil dari www.gadget.bisnis.com

- Bahtiar, R. A., & Saragih, J. P. (2020). Dampak Covid-19 terhadap perlambatan ekonomi sektor umkm. *Jurnal bidang ekonomi dan kebijakan publik*, 7(6), 19–24.
- Binti Mad Saad, S., & Aina Binti Muhd Ridhwan, Q. (2020). *Wacana Dan Pengaruh Hallyu Dalam Iklan Produk Kecantikan Wanita Berbahasa Melayu : Satu Analisis Wacana Kritis*. 4(September), 1–21.
- Budastra, I. K. (2020). Socio-Economic Impacts of Covid-19 and Potential Programs for Mitigation : a Case Study in Lombok Barat District. *Jurnal Agrimansion*, 20(1), 48–57.
- Budiarto, M., Bella, U., & Yuliani, N. (2018). Media Promosi Dan Informasi Pada PT. Gardena Karya Anugrah Berbentuk Video Company Profile. *Cices*, 4(2), 217–227. <https://doi.org/10.33050/cices.v4i2.527>
- Budiarto, S. P. (2019). Pelatihan Desain Grafis dan Multimedia di Sekolah Menengah Kejuruan Persatuan Guru Republik Indonesia Banyuputih Situbondo. *JPM (Jurnal Pemberdayaan Masyarakat)*, 4(1), 308–313. <https://doi.org/10.21067/jpm.v4i1.3059>
- Cahyati, N., & Kusumah, R. (2020). Peran Orang Tua Dalam Menerapkan Pembelajaran Di Rumah Saat Pandemi Covid 19. *Jurnal Golden Age*, 4(1), 152–159.
- Calista, M. I. (2020). Mengenal Jenis & Fungsi Font. Diambil dari Medium website: <https://medium.com/dot-intern/mengenal-jenis-fungsi-font-ccabd1690f9b>
- Choirul Anam , Alfian Nur Rochman, Achmad Fauzi, A. N., & Khadafi, S. (2019). *Perancangan Desain Logo “R3-Viora” sebagai Identitas Baru UKM Viora Collection, Tanggulangin, Sidoarjo*. 3(1), 50–59.
- Christofer, S., & Sasih, G. (2020). *Kajian Perancangan Logo Kelompok Sadar Wisata Gatari Mass Sebagai Salah Satu Destinasi Wisata Alam Baru*. 02(2), 83–90.

- Daniswara, D. putra. (2016). *PERANCANGAN TYPEFACE BERTEMAKAN SIMBOL IKAN SURA DAN BUAYA KOTA SURABAYA*. 04, 351–359.
- Dany Suhery, R., Kadarisman, A., & Mustikawan, A. (2020). *PERANCANGAN DESTINASI BRANDING WISATA ALAM PUNCELING PASS DI CIWIDEY KABUPATEN BANDUNG*. 7(2), 1482–1490.
- Daud, D. (2020). Social Distancing dan Budaya Kita. *Pandemik COVID-19 Persoalan dan Refleksi*, (May), 39–47. Diambil dari <https://www.researchgate.net/publication/341218892>
- Dedi Jubaedi, A., & Bahri, S. (2018). MODEL PEMBELAJARAN KOSAKATA TIGA BAHASA BERBASIS GAME (STUDI KASUS PENGENALAN BUAH-BUAHAN). *New England Journal of Medicine*, 372(2), 2499–2508. Diambil dari <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/7556065><http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=PMC394507><http://dx.doi.org/10.1016/j.humphath.2017.05.005><https://doi.org/10.1007/s00401-018-1825-z><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/27157931>
- Doni, rohma F. (2017). Perilaku Penggunaan Smartphone Pada Kalangan Remaja. *Journal Speed Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi*, 9(2), 16–23. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0028245>
- Erlyana, Y. (2018). *ANALISIS PERANAN DESAIN KEMASAN TERHADAP BRAND IDENTITY DARI SEBUAH PRODUK MAKANAN LOKAL INDONESIA DENGAN STUDI KASUS: PRODUK OLEH-OLEH KHAS BETAWI 'MPO ROMLAH'* Yana. (September), 5–6. <https://doi.org/https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.61-68>
- Erri Wahyu Puspitarini, Dian Wahyu Putra, A. P. N. (2016). Game Edukasi Berbasis Android Sebagai Media Pembelajaran Untuk Anak Usia Dini. *J I M P - Jurnal Informatika Merdeka Pasuruan*, 1(1), 46–58. <https://doi.org/10.37438/jimp.v1i1.7>
- Febiharsa, D., & Djuniadi. (2018). Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif 3 Dimensi untuk Pembelajaran Materi Pengenalan Lingkungan Pada Anak

- Usia Dini di Indonesia. *Journal of Studies in Early Childhood Education (J-SECE)*, 1(1), 75. <https://doi.org/10.31331/sece.v1i1.590>
- Feranika, A., & Haryati, D. (2020). Strategi Kebijakan Fiskal Terhadap Output dan Inflasi pada Perekonomian Indonesia dalam Menghadapi Dampak Virus Covid 19. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 2(3), 146–152. <https://doi.org/10.35899/biej.v2i3.154>
- Fikri, M. Z., & Mulazid, A. S. (2018). Pengaruh Brand Image, Lokasi Dan Store Atmosphere Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Minimarket “Kedai Yatim.” *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam*, 4(1), 22–32. <https://doi.org/10.30997/jsei.v4i1.1066>
- Hardiansyah, D., & Jamalludin, I. (2019). *Perancangan Kampanye Tentang Bahaya Hoaks Di Instagram Bagi Generasi-Z Di Bandung Menggunakan Video Animasi 2D*. 01(01), 21–25.
- Herginza, R., & Isa Pramana Koesoemadinata, M. (2018). *Perancangan Video Promosi Kesenian Khas Cirebon (Pilot Project : Pantun Rajah)*. 5(3), 2168–2180.
- Irdiansyah, K. (2021). *PENYESUAIAN WARNA PADA PICTURE EXCHANGE COMMUNICATION SYSTEM (PECS) TERHADAP KEMAMPUAN WORKING MEMORY PADA ANAK AUTISME*. 1(1), 8–30.
- Juliana, N. (2016). Perancangan Busana Dengan Motif Burberry Menggunakan Aplikasi Adobe Photoshop Cs3. *Universitas Negeri Medan*, 23(1), 52–56.
- Kala’lembang, A. (2020). Adopsi E-Commerce Dalam Mendukung Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19. *Capital: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 4(1), 54. <https://doi.org/10.25273/capital.v4i1.7358>
- Kamilah, J., & Franzia, E. (2019). Perancangan Komunikasi Visual Kampanye Sosial Aplikasi Bank Sampah Berbasis Lokasi Jakarta. *Prosiding Seminar Nasional Cendekiawan*, 2. <https://doi.org/10.25105/semnas.v0i0.5833>
- Lestari, K. D., Agustini, K., & Sugihartini, N. (2019). Pengembangan Modul Ajar

- Storyboard Berbasis Project Based Learning untuk Siswa Kelas XI Multimedia di SMK TI Bali Global Singaraja. *Kumpulan Artikel Mahasiswa Pendidikan Teknik Informatika (KARMAPATI)*, 8(2), 309. <https://doi.org/10.23887/karmapati.v8i2.18379>
- Mandagi, V., Kalangi, J., & Mukuan, D. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Android di Gerai IT Center Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(004), 54–61. <https://doi.org/10.35797/jab.6.004.2018.21089.54-61>
- Marta, W. (2016). *PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE UNTUK MENCEGAH PUNAHPUNYA IKAN BILIH DI DANAU SINGKARAK*. 23(2), 71–83.
- Mhd. Razizal Willanhar, T., & Hidayat, S. (2018). *Perancangan Media Informasi dan Identitas Visual Kopi Asli Sumatera*. 5(3), 1895–1902.
- Mufreni, A. N. (2016). Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2), 48–54.
- Murwanto, H. (2020). BRAND PERSONALITY DAN GENDER BRAND PERSONALITY STRATEGI MEMBANGUN MEREK. *Pembelajaran Olah Vokal di Prodi Seni Pertunjukan Universitas Tanjungpura Pontianak*, 28(2), 1–43. Diambil dari <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1120700020921110> <https://doi.org/10.1016/j.reuma.2018.06.001> <https://doi.org/10.1016/j.arth.2018.03.044> <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1063458420300078?token=C039B8B13922A2079230DC9AF11A333E295FCD8>
- Naeini, A. B., Mosayebi, A., & Hamidi, A. (2017). A study of brand identity and its impact on brand loyalty and brand equity. *International Journal of Contemporary Applied Sciences*, 4(3), 90–104.
- Nurrokim, M. (2018). Brand Personality Acara Dakwah Televisi Dalam Perspektif Teori Kultivasi Media. *Halaqa: Islamic Education Journal*, 2(1), 30. <https://doi.org/10.21070/halaqa.v1i1.1545>

- Pengembangan, U., Pemasaran, M., & Pelaporan, D. A. N. (2020). *THE DEVELOPMENT OF MARKETING MODELS AND MSME FINANCIAL HE DEVELOPMENT OF MARKETING MODELS AND MSME FINANCIAL REPORTING IN MENAYU VILLAGE, MUNTILAN DISTRICT, MAGELANG REPORTING IN MENAYU VILLAGE, MUNTILAN DISTRICT, MAGELANG REGENCY*. 8(November), 29–33.
- Permatasari, I. I., Sofa, N., & Indonesia, U. (2020). *HUBUNGAN SOCIAL MEDIA MARKETING (INSTAGRAM) TERHADAP INTENSI PEMBELIAN ONLINE PRODUK FASHION*. 6(2), 114–121.
- Prasetiawan, H. (2017). *OPTIMALISASI MULTIMEDIA DALAM LAYANAN BIMBINGAN DAN KONSELING* (hal. 199–204). hal. 199–204.
- Pratiwi, M., & Widia, M. (2018). *ANALISA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL UNTUK MEMBANGUN E-BRANDING UKM CATERING KOTA PADANG DENGAN KONSEP CRM (Customer Relationship Management)*. 25(2), 242–251.
- Putri, R. Y., & Wardhana, A. (2018). *ANALISIS FAKTOR FAKTOR MEDIA PROMOSI INSTAGRAM DAKKEN RESTAURANT BANDUNG ANALY SIS FACTORS MEDIA PROMOTION INSTAGRAM*. 5(2), 2494–2499.
- Retnoningtyas, Pujiyanto, & Wibawa, M. (2020). *Perancangan Brand Identity Oina Craft sebagai Identitas Perusahaan Kriya di Kota Malang*. 02, 58–66.
- Rifki Amrullah, N., & Denny Nugraha, N. (2020). *PERANCANGAN BUKU PADA KAIN TAPIS LAMPUNG SEBAGAI MEDIA UNTUK MENINGKATKAN KEPEDULIAN TERHADAP BUDAYA LAMPUNG*. 7(2), 1348–1372.
- Rohman, H. A., Radiyah, U., & Maulana, A. (2019). Aplikasi Pengenalan Rambu Lalu Lintas Berbasis Android. *JIKA (Jurnal Informatika)*, 3(2), 1–6. <https://doi.org/10.31000/jika.v3i2.2191>
- Romadhan, M. I. (2018). *PERSONAL BRANDING JOKOWI DALAM MEMPERTAHANKAN BRAND IMAGE MELALUI VIDEO BLOG YOUTUBE*. 3(2).

- Saefuloh, D. (2020). Rekognisi Terhadap Peluang Bisnis Online Melalui Media Sosial dan Hubungannya dengan Minat Berwirausaha: Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 16(1), 12–23. <https://doi.org/10.31940/jbk.v16i1.1827>
- Safina Faradis, N., & Wahab, T. (2018). *Perancangan Identitas Visual Batik Tegalan Umar Hasan Afif di Tegal*. 44(2), 141–153.
- Saputra, K. B., & Kadarisman, A. (2020). *PERANCANGAN BRANDING KOPI PUNTANG*. 7(2), 1118–1128.
- Saputro, A., & Sugiharto, S. (2018). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Ambassador dalam Membentuk Brand Identity sebagai Variabel Intervensi terhadap Purchase Intention pada Produk Markobar. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2), 1–8.
- Saropi, A., & Riwinto. (2019). *PEMBUATAN 3D MOTION GRAPHIC OBJEK WISATA TANJUNGRIAU FISHERISM MENGGUNAKAN ASPEK*. 3(2).
- Sastrawan, P. V., Arthana, I. K. R., & Partha Sindu, I. gede. (2017). Pengembangan SOP Fakultas Teknik dan Kejuruan Universitas Pendidikan Ganesha Berbasis Animasi. *Kumpulan Artikel Mahasiswa Pendidikan Teknik Informatika (KARMAPATI)*, 6(1), 114. <https://doi.org/10.23887/karmapati.v6i1.9394>
- Sauri, F. S. (2019). *PERANCANGAN STORYBOARD DALAM FILM ANIMASI 3D “ SONS OF PANDAWA .”* 6(2), 1672–1680.
- Siregar, N. H., Azis, A. C. K., Mesra, M., & Mirwa, T. (2020). Analisis Gambar Bentuk Bunga Anggrek Dengan Teknik Pointilis Berwarna Di Smp Al-Fityan School Medan. *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, 9(1), 94. <https://doi.org/10.24114/gr.v9i1.18041>
- Sudarso, E. (2016). Kualitas Layanan, Nilai Fungsional, Nilai Emosional, dan Kepuasan Konsumen : Sebuah Studi Kasus. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(3), 165. <https://doi.org/10.26418/jebik.v5i3.19079>
- Sudaryono, Rahwanto, E., & Komala, R. (2020). E-commerce Dorong Perekonomian Indonesia, selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen*

Bisnis (JUMANIS) Prodi Kewirausahaan, 2(1), 200–213.

- Suhaeni, T., Raharso, S., Sandya Sari Putri, I., Sayuti, A. M., Dwi, T., Pramono, ... Budhi Septiyandi, C. (2020). *Program Kemitraan Masyarakat : Pembuatan Identitas Merek dan Pembinaan Penerapan Branding untuk Meningkatkan Penjualan Usaha Mikro Kuliner Kupat Tahu Padalarang di Kecamatan Batujajar*. 2(2), 63–72.
- Supriatna, E. (2020). Wabah Corona Virus Disease (Covid 19) Dalam Pandangan Islam. *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*, 7(6). <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i6.15247>
- Susanti, A., Istiyanto, B., & Jalari, M. (2020). Strategi UKM pada Masa Pandemi Covid-19 (SMEs Strategy at Covid-19 Pandemic SMEs Strategy at Covid-19 Pandemic). *Karya Ilmiah Pengadain Masyarakat (KANGMAS)-Neolectura*.
- Syafrida, S., & Hartati, R. (2020). Bersama Melawan Virus Covid 19 di Indonesia. *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*, 7(6). <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i6.15325>
- Tamitiadini, D., & Lutfianto, D. (2019). Representasi Brand Identity Dalam Webseries Sebagai Alternatif Media Periklanan. *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi*, 13(1). <https://doi.org/10.30813/s:jk.v13i1.1788>
- Thaha, A. F. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 147–153.
- Tiffany, & Hananto, B. A. (2020). Peran Desain Identitas Visual dan Kemasan untuk Brand Tulaboocha. *Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA) 2020*, 3(March), 113–118. Diambil dari <https://eprosiding.std-bali.ac.id/index.php/senada/article/view/275/189>
- Ulfiana Kustriyani, N., & Poedjioetami, E. (2020). *Penerapan Tema Arsitektur Berwawasan Lingkungan Terhadap Bentuk Bangunan Komplek Pengolahan Petis Dan Wisata Kuliner Di Desa Socah , Madura*. 283–290.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta - Jurnal*

Sekretari dan Manajemen, 2(2), 271–278. Diambil dari <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/index/search/search?query=strategi+pemasaran&searchJournal=&authors=&title=&abstract=&galleyFullText=&suppFiles=&dateFromMonth=&dateFromDay=&dateFromYear=&dateToMonth=&dateToDay=&dateToYear=&dateToHour=23&dateTo>

Wahyuni, S., Miftahurrachmah, A., & Purwa, E. N. (2017). Media Company Profile Sebagai Penunjang Informasi dalam Meningkatkan Efektivitas Program Pemasaran pada Hotel Narita Tangerang. *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia*, 5(1), 19–24.

Wicaksono, A. R., H.S., W. M., & Kristianto, V. I. (2013). Komposisi Warna Website Universitas Kelas Dunia (Studi Kasus Harvard University , University of Cambridge Dan National Taiwan University). *Seminar Nasional Informatika 2013 UPN "Veteran" Yogyakarta, 2013(semnasIF)*, 70–75.

Widita, A., Kusuma, Y., Husna, N., & Sagita, G. (2019). ‘The Heart of East Java’: Branding Pariwisata Humas Pemerintah Kabupaten Malang. *Warta ISKI*, 2(02), 117–123. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v2i02.39>

Wulandari, S. (2017). An Empirical Study on the Influence of Students’ Awareness on the Brand Identity: A Case of Telkom University Indonesia Sari. *International Journal of Innovation in Enterprise System*, 1(01), 37–43. <https://doi.org/10.25124/ijies.v1i01.10>

Yulius, Y. (2018). Pengaplikasian Golden Ratio Pada Perancangan Logo Dalam Perspektif Desain Komunikasi Visual. *Jurnal Seni, Desain dan Budaya*, 3(3), 94–99.

Yuniarty, Y., Sari, N., Nifita, A. T., & Syukri Amri, A. I. (2019). Strategi Inovasi Produk pada Jambi Inspiring Media (JIMEDA) dalam Memperoleh Keunggulan Bersaing. ... *Inovasi, Teknologi dan ...*, 1(1), 51–55. Diambil dari <https://www.online-journal.unja.ac.id/JITDM/article/view/8714>

Yustikasari, C. A., & Kadarisman, A. (2020). *PERANCANGAN BRAND IDENTITY OBYEK WISATA WADUK DARMA KABUPATEN KUNINGAN*. 7(2), 1110–1117.

- Zebuah, A. J. (2018). Analisis Identitas Merek, Loyalitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Toyota. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 61–68. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.61-68>
- Agustina, T., Jatmika, D., Wahab, A., & Rusvitawati, D. (2020). *Pandemi Covid-19 : Mempercepat UMKM Dalam Sistem Informasi*. 2283–2291.
- Aji, R. P., & Murtono, T. (2020). *EKSISTENSI KOMUNITAS HANDLETTERING SURAKARYA DI SURAKARTA*. 1(2), 87–107.
- Alyandra, Y., & Widiatmoko Soewardikoen, D. (2017). *IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI WISATA KABUPATEN KUNINGAN*. 4(3), 787–798.
- Aminah, S. (2018). Rancang Bangun Aplikasi Education Game Pembelajaran Bahasa Inggris Berbasis Multimedia Pada SMP Negeri 8 Pagaram. *Jurnal Ilmiah Betrik*, 9(01), 1–15. <https://doi.org/10.36050/betrik.v9i01.26>
- Andriyan, W., Sindiawati, & Kurnia, G. P. (2020). Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Informasi Pada Kelurahan Kebon Besar Kota Tangerang. *Bina Insani Ict Journal*, 7(1), 73–82.
- Angin, J. T. K. P. (2018). Perancangan Animasi 3D Taman Kota Menggunakan Software 3DS Max Menggunakan Metode MDLC. *Jurnal Ilmiah Core IT: Community Research Information Technology*, 6(1), 99–106.
- Apriansyah, M. R., Sambowo, K. A., & Maulana, A. (2020). Pengembangan Media Pembelajaran Video Berbasis Animasi Mata Kuliah Ilmu Bahan Bangunan Di Program Studi Pendidikan Teknik Bangunan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal PenSil*, 9(1), 9–18. <https://doi.org/10.21009/jpensil.v9i1.12905>
- Arfida, S., Wibowo, H., & Setya, A. F. (2020). *Penerapan Teknologi Android Terhadap Aplikasi Panduan Penggunaan Software Adobe Audition*. 14(x), 1–8.
- Auliannisa, G., & Syahputra. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Bisnis dan Iptek*, 10(2), 84. Diambil dari www.gadget.bisnis.com

- Bahtiar, R. A., & Saragih, J. P. (2020). Dampak Covid-19 terhadap perlambatan ekonomi sektor umkm. *Jurnal bidang ekonomi dan kebijakan publik*, 7(6), 19–24.
- Binti Mad Saad, S., & Aina Binti Muhd Ridhwan, Q. (2020). *Wacana Dan Pengaruh Hallyu Dalam Iklan Produk Kecantikan Wanita Berbahasa Melayu : Satu Analisis Wacana Kritis*. 4(September), 1–21.
- Budastra, I. K. (2020). Socio-Economic Impacts of Covid-19 and Potential Programs for Mitigation : a Case Study in Lombok Barat District. *Jurnal Agrimansion*, 20(1), 48–57.
- Budiarto, M., Bella, U., & Yuliani, N. (2018). Media Promosi Dan Informasi Pada PT. Gardena Karya Anugrah Berbentuk Video Company Profile. *Cices*, 4(2), 217–227. <https://doi.org/10.33050/cices.v4i2.527>
- Budiarto, S. P. (2019). Pelatihan Desain Grafis dan Multimedia di Sekolah Menengah Kejuruan Persatuan Guru Republik Indonesia Banyuputih Situbondo. *JPM (Jurnal Pemberdayaan Masyarakat)*, 4(1), 308–313. <https://doi.org/10.21067/jpm.v4i1.3059>
- Cahyati, N., & Kusumah, R. (2020). Peran Orang Tua Dalam Menerapkan Pembelajaran Di Rumah Saat Pandemi Covid 19. *Jurnal Golden Age*, 4(1), 152–159.
- Calista, M. I. (2020). Mengenal Jenis & Fungsi Font. Diambil dari Medium website: <https://medium.com/dot-intern/mengenal-jenis-fungsi-font-ccabd1690f9b>
- Choirul Anam , Alfian Nur Rochman, Achmad Fauzi, A. N., & Khadafi, S. (2019). *Perancangan Desain Logo “R3-Viora” sebagai Identitas Baru UKM Viora Collection, Tanggulangin, Sidoarjo*. 3(1), 50–59.
- Christofer, S., & Sasih, G. (2020). *Kajian Perancangan Logo Kelompok Sadar Wisata Gatari Mass Sebagai Salah Satu Destinasi Wisata Alam Baru*. 02(2), 83–90.
- Daniswara, D. putra. (2016). *PERANCANGAN TYPEFACE BERTEMAKAN SIMBOL IKAN SURA DAN BUAYA KOTA SURABAYA*. 04, 351–359.

- Dany Suhery, R., Kadarisman, A., & Mustikawan, A. (2020). *PERANCANGAN DESTINASI BRANDING WISATA ALAM PUNCELING PASS DI CIWIDEY KABUPATEN BANDUNG*. 7(2), 1482–1490.
- Daud, D. (2020). Social Distancing dan Budaya Kita. *Pandemik COVID-19 Persoalan dan Refleksi*, (May), 39–47. Diambil dari <https://www.researchgate.net/publication/341218892>
- Dedi Jubaedi, A., & Bahri, S. (2018). MODEL PEMBELAJARAN KOSAKATA TIGA BAHASA BERBASIS GAME (STUDI KASUS PENGENALAN BUAH-BUAHAN). *New England Journal of Medicine*, 372(2), 2499–2508. Diambil dari <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/7556065> <http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=PMC394507> <http://dx.doi.org/10.1016/j.humphath.2017.05.005> <https://doi.org/10.1007/s00401-018-1825-z> <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/27157931>
- Doni, rohma F. (2017). Perilaku Penggunaan Smartphone Pada Kalangan Remaja. *Journal Speed Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi*, 9(2), 16–23. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0028245>
- Erlyana, Y. (2018). *ANALISIS PERANAN DESAIN KEMASAN TERHADAP BRAND IDENTITY DARI SEBUAH PRODUK MAKANAN LOKAL INDONESIA DENGAN STUDI KASUS: PRODUK OLEH-OLEH KHAS BETAWI 'MPO ROMLAH'* Yana. (September), 5–6. <https://doi.org/https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.61-68>
- Erri Wahyu Puspitarini, Dian Wahyu Putra, A. P. N. (2016). Game Edukasi Berbasis Android Sebagai Media Pembelajaran Untuk Anak Usia Dini. *J I M P - Jurnal Informatika Merdeka Pasuruan*, 1(1), 46–58. <https://doi.org/10.37438/jimp.v1i1.7>
- Febiharsa, D., & Djuniadi. (2018). Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif 3 Dimensi untuk Pembelajaran Materi Pengenalan Lingkungan Pada Anak Usia Dini di Indonesia. *Journal of Studies in Early Childhood Education (J-SECE)*, 1(1), 75. <https://doi.org/10.31331/sece.v1i1.590>

- Feranika, A., & Haryati, D. (2020). Strategi Kebijakan Fiskal Terhadap Output dan Inflasi pada Perekonomian Indonesia dalam Menghadapi Dampak Virus Covid 19. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 2(3), 146–152. <https://doi.org/10.35899/biej.v2i3.154>
- Fikri, M. Z., & Mulazid, A. S. (2018). Pengaruh Brand Image, Lokasi Dan Store Atmosphere Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Minimarket “Kedai Yatim.” *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam*, 4(1), 22–32. <https://doi.org/10.30997/jsei.v4i1.1066>
- Hardiansyah, D., & Jamalludin, I. (2019). *Perancangan Kampanye Tentang Bahaya Hoaks Di Instagram Bagi Generasi-Z Di Bandung Menggunakan Video Animasi 2D*. 01(01), 21–25.
- Herginza, R., & Isa Pramana Koesoemadinata, M. (2018). *Perancangan Video Promosi Kesenian Khas Cirebon (Pilot Project : Pantun Rajah)*. 5(3), 2168–2180.
- Irdiansyah, K. (2021). *PENYESUAIAN WARNA PADA PICTURE EXCHANGE COMMUNICATION SYSTEM (PECS) TERHADAP KEMAMPUAN WORKING MEMORY PADA ANAK AUTISME*. 1(1), 8–30.
- Juliana, N. (2016). Perancangan Busana Dengan Motif Burberry Menggunakan Aplikasi Adobe Photoshop Cs3. *Universitas Negeri Medan*, 23(1), 52–56.
- Kala’lembang, A. (2020). Adopsi E-Commerce Dalam Mendukung Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19. *Capital: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 4(1), 54. <https://doi.org/10.25273/capital.v4i1.7358>
- Kamilah, J., & Franzia, E. (2019). Perancangan Komunikasi Visual Kampanye Sosial Aplikasi Bank Sampah Berbasis Lokasi Jakarta. *Prosiding Seminar Nasional Cendekiawan*, 2. <https://doi.org/10.25105/semnas.v0i0.5833>
- Lestari, K. D., Agustini, K., & Sugihartini, N. (2019). Pengembangan Modul Ajar Storyboard Berbasis Project Based Learning untuk Siswa Kelas XI Multimedia di SMK TI Bali Global Singaraja. *Kumpulan Artikel Mahasiswa*

- Pendidikan Teknik Informatika (KARMAPATI)*, 8(2), 309.
<https://doi.org/10.23887/karmapati.v8i2.18379>
- Mandagi, V., Kalangi, J., & Mukuan, D. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Android di Gerai IT Center Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(004), 54–61.
<https://doi.org/10.35797/jab.6.004.2018.21089.54-61>
- Marta, W. (2016). *PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE UNTUK MENCEGAH PUNAHNYA IKAN BILIH DI DANAU SINGKARAK*. 23(2), 71–83.
- Mhd. Razizal Willanhar, T., & Hidayat, S. (2018). *Perancangan Media Informasi dan Identitas Visual Kopi Asli Sumatera*. 5(3), 1895–1902.
- Mufreni, A. N. (2016). Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2), 48–54.
- Murwanto, H. (2020). BRAND PERSONALITY DAN GENDER BRAND PERSONALITY STRATEGI MEMBANGUN MEREK. *Pembelajaran Olah Vokal di Prodi Seni Pertunjukan Universitas Tanjungpura Pontianak*, 28(2), 1–43.
 Diambil dari <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1120700020921110%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.reuma.2018.06.001%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.arth.2018.03.044%0Ahttps://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1063458420300078?token=C039B8B13922A2079230DC9AF11A333E295FCD8>
- Naeini, A. B., Mosayebi, A., & Hamidi, A. (2017). A study of brand identity and its impact on brand loyalty and brand equity. *International Journal of Contemporary Applied Sciences*, 4(3), 90–104.
- Nurrokim, M. (2018). Brand Personality Acara Dakwah Televisi Dalam Perspektif Teori Kultivasi Media. *Halaqa: Islamic Education Journal*, 2(1), 30.
<https://doi.org/10.21070/halaqa.v1i1.1545>
- Pengembangan, U., Pemasaran, M., & Pelaporan, D. A. N. (2020). *THE DEVELOPMENT OF MARKETING MODELS AND MSME FINANCIAL HE*

DEVELOPMENT OF MARKETING MODELS AND MSME FINANCIAL REPORTING IN MENAYU VILLAGE, MUNTILAN DISTRICT, MAGELANG
REPORTING IN MENAYU VILLAGE, MUNTILAN DISTRICT, MAGELANG
REGENCY. 8(November), 29–33.

Permatasari, I. I., Sofa, N., & Indonesia, U. (2020). *HUBUNGAN SOCIAL MEDIA MARKETING (INSTAGRAM) TERHADAP INTENSI PEMBELIAN ONLINE PRODUK FASHION. 6(2), 114–121.*

Prasetiawan, H. (2017). *OPTIMALISASI MULTIMEDIA DALAM LAYANAN BIMBINGAN DAN KONSELING (hal. 199–204). hal. 199–204.*

Pratiwi, M., & Widia, M. (2018). *ANALISA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL UNTUK MEMBANGUN E-BRANDING UKM CATERING KOTA PADANG DENGAN KONSEP CRM (Customer Relationship Management). 25(2), 242–251.*

Putri, R. Y., & Wardhana, A. (2018). *ANALISIS FAKTOR FAKTOR MEDIA PROMOSI INSTAGRAM DAKKEN RESTAURANT BANDUNG ANALY SIS FACTORS MEDIA PROMOTION INSTAGRAM. 5(2), 2494–2499.*

Retnoningtiyas, Pujiyanto, & Wibawa, M. (2020). *Perancangan Brand Identity Oina Craft sebagai Identitas Perusahaan Kriya di Kota Malang. 02, 58–66.*

Rifki Amrullah, N., & Denny Nugraha, N. (2020). *PERANCANGAN BUKU PADA KAIN TAPIS LAMPUNG SEBAGAI MEDIA UNTUK MENINGKATKAN KEPEDULIAN TERHADAP BUDAYA LAMPUNG. 7(2), 1348–1372.*

Rohman, H. A., Radiah, U., & Maulana, A. (2019). *Aplikasi Pengenalan Rambu Lalu Lintas Berbasis Android. JIKA (Jurnal Informatika), 3(2), 1–6.*
<https://doi.org/10.31000/jika.v3i2.2191>

Romadhan, M. I. (2018). *PERSONAL BRANDING JOKOWI DALAM MEMPERTAHANKAN BRAND IMAGE MELALUI VIDEO BLOG YOUTUBE. 3(2).*

Saefuloh, D. (2020). *Rekognisi Terhadap Peluang Bisnis Online Melalui Media Sosial dan Hubungannya dengan Minat Berwirausaha: Studi Kasus*

- Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 16(1), 12–23. <https://doi.org/10.31940/jbk.v16i1.1827>
- Safina Faradis, N., & Wahab, T. (2018). *Perancangan Identitas Visual Batik Tegalan Umar Hasan Afif di Tegal*. 44(2), 141–153.
- Saputra, K. B., & Kadarisman, A. (2020). *PERANCANGAN BRANDING KOPI PUNTANG*. 7(2), 1118–1128.
- Saputro, A., & Sugiharto, S. (2018). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Ambassador dalam Membentuk Brand Identity sebagai Variabel Intervensi terhadap Purchase Intention pada Produk Markobar. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2), 1–8.
- Saropi, A., & Riwinto. (2019). *PEMBUATAN 3D MOTION GRAPHIC OBJEK WISATA TANJUNGRIAU FISHERISM MENGGUNAKAN ASPEK*. 3(2).
- Sastrawan, P. V., Arthana, I. K. R., & Partha Sindu, I. gede. (2017). Pengembangan SOP Fakultas Teknik dan Kejuruan Universitas Pendidikan Ganesha Berbasis Animasi. *Kumpulan Artikel Mahasiswa Pendidikan Teknik Informatika (KARMAPATI)*, 6(1), 114. <https://doi.org/10.23887/karmapati.v6i1.9394>
- Sauri, F. S. (2019). *PERANCANGAN STORYBOARD DALAM FILM ANIMASI 3D “SONS OF PANDAWA.”* 6(2), 1672–1680.
- Siregar, N. H., Azis, A. C. K., Mesra, M., & Mirwa, T. (2020). Analisis Gambar Bentuk Bunga Anggrek Dengan Teknik Pointilis Berwarna Di Smp Al-Fityan School Medan. *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, 9(1), 94. <https://doi.org/10.24114/gr.v9i1.18041>
- Sudarso, E. (2016). Kualitas Layanan, Nilai Fungsional, Nilai Emosional, dan Kepuasan Konsumen : Sebuah Studi Kasus. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(3), 165. <https://doi.org/10.26418/jebik.v5i3.19079>
- Sudaryono, Rahwanto, E., & Komala, R. (2020). E-commerce Dorong Perekonomian Indonesia, selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Bisnis (JUMANIS) Prodi Kewirausahaan*, 2(1), 200–213.

- Suhaeni, T., Raharso, S., Sandya Sari Putri, I., Sayuti, A. M., Dwi, T., Pramono, ... Budhi Septiyandi, C. (2020). *Program Kemitraan Masyarakat : Pembuatan Identitas Merek dan Pembinaan Penerapan Branding untuk Meningkatkan Penjualan Usaha Mikro Kuliner Kupat Tahu Padalarang di Kecamatan Batujajar*. 2(2), 63–72.
- Supriatna, E. (2020). Wabah Corona Virus Disease (Covid 19) Dalam Pandangan Islam. *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*, 7(6). <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i6.15247>
- Susanti, A., Istiyanto, B., & Jalari, M. (2020). Strategi UKM pada Masa Pandemi Covid-19 (SMEs Strategy at Covid-19 Pandemic SMEs Strategy at Covid-19 Pandemic). *Karya Ilmiah Pengadain Masyarakat (KANGMAS)-Neolectura*.
- Syafrida, S., & Hartati, R. (2020). Bersama Melawan Virus Covid 19 di Indonesia. *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*, 7(6). <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i6.15325>
- Tamitiadini, D., & Lutfianto, D. (2019). Representasi Brand Identity Dalam Webseries Sebagai Alternatif Media Periklanan. *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi*, 13(1). <https://doi.org/10.30813/s:jk.v13i1.1788>
- Thaha, A. F. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 147–153.
- Tiffany, & Hananto, B. A. (2020). Peran Desain Identitas Visual dan Kemasan untuk Brand Tulaboocha. *Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA) 2020*, 3(March), 113–118. Diambil dari <https://eprosiding.std-bali.ac.id/index.php/senada/article/view/275/189>
- Ulfiana Kustriyani, N., & Poedjioetami, E. (2020). *Penerapan Tema Arsitektur Berwawasan Lingkungan Terhadap Bentuk Bangunan Komplek Pengolahan Petis Dan Wisata Kuliner Di Desa Socah , Madura*. 283–290.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta - Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2(2), 271–278. Diambil dari

<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/index/search/search?query=strategi+pemasaran&searchJournal=&authors=&title=&abstract=&galleyFullText=&suppFiles=&dateFromMonth=&dateFromDay=&dateFromYear=&dateToMonth=&dateToDay=&dateToYear=&dateToHour=23&dateTo>

- Wahyuni, S., Miftahurrachmah, A., & Purwa, E. N. (2017). Media Company Profile Sebagai Penunjang Informasi dalam Meningkatkan Efektivitas Program Pemasaran pada Hotel Narita Tangerang. *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia*, 5(1), 19–24.
- Wicaksono, A. R., H.S., W. M., & Kristianto, V. I. (2013). Komposisi Warna Website Universitas Kelas Dunia (Studi Kasus Harvard University , University of Cambridge Dan National Taiwan University). *Seminar Nasional Informatika 2013 UPN "Veteran" Yogyakarta, 2013(semnasIF)*, 70–75.
- Widita, A., Kusuma, Y., Husna, N., & Sagita, G. (2019). ‘The Heart of East Java’: Branding Pariwisata Humas Pemerintah Kabupaten Malang. *Warta ISKI*, 2(02), 117–123. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v2i02.39>
- Wulandari, S. (2017). An Empirical Study on the Influence of Students’ Awareness on the Brand Identity: A Case of Telkom University Indonesia Sari. *International Journal of Innovation in Enterprise System*, 1(01), 37–43. <https://doi.org/10.25124/ijies.v1i01.10>
- Yulius, Y. (2018). Pengaplikasian Golden Ratio Pada Perancangan Logo Dalam Perspektif Desain Komunikasi Visual. *Jurnal Seni, Desain dan Budaya*, 3(3), 94–99.
- Yuniarty, Y., Sari, N., Nifita, A. T., & Syukri Amri, A. I. (2019). Strategi Inovasi Produk pada Jambi Inspiring Media (JIMEDA) dalam Memperoleh Keunggulan Bersaing. ... *Inovasi, Teknologi dan ...*, 1(1), 51–55. Diambil dari <https://www.online-journal.unja.ac.id/JITDM/article/view/8714>
- Yustikasari, C. A., & Kadarisman, A. (2020). *PERANCANGAN BRAND IDENTITY OBYEK WISATA WADUK DARMA KABUPATEN KUNINGAN*. 7(2), 1110–1117.

Zebuah, A. J. (2018). Analisis Identitas Merek, Loyalitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Toyota. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 61–68.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.61-68>