

DAFTAR PUSTAKA

- Adir, G., Adir, V., & Pascu, N. E. (2012). Logo Design and the Corporate Identity. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 51, 650–654. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.08.218>
- Armando, N. (2023). *Permintaan Besi dalam Infarstruktur: Peluang Investasi yang Tak Terbatas*. Medium.Com. <https://medium.com/@armandoniko235/permintaan-besi-dalam-infrastruktur-peluang-investasi-yang-tak-terbatas-0c672e288368>
- Cenadi, C. S. (1999). CORPORATE IDENTITY, SEJARAH DAN APLIKASINYA. *Public Relations Review*, 1(2), 21–22. [https://doi.org/10.1016/s0363-8111\(77\)80058-1](https://doi.org/10.1016/s0363-8111(77)80058-1)
- Dwi faimah, F. N. (2020). *Teknik Analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia.
- Ginting, P., Nasution, N. A., Sari, D. N., & Sebayang, R. H. (2020). *PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, SLOGAN PRODUK, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN MEMBELI PRODUK GAS PADA PT. TASYA GASINDO MEDAN*. 6(2).
- Hananto, B. A. (2020). Tinjauan Tipografi dalam Konteks industri 4.0. *Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur (SENADA) 2020*, 3, 132–139. <https://eprosiding.std-bali.ac.id/index.php/senada/article/view/278>
- Hartanto, M. I., Negara, I. N. S., & Aryanto, H. (2015). Perancangan Corporate Identity Galileo Jaya Motor Surabaya. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(6), 1–12. <https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/3236>
- Jabbar, Z. (2014). *Impact of Corporate Visual Identity on Brand Personality*. 1–234.
- Jonathan, E., Tanudjaja, B. B., Kurniawan, D., Studi, P., Komunikasi, D., Seni, F., & Kristen, U. (1995). *PERANCANGAN CORPORATE IDENTITY TOKO BANGUNAN SINAR LAZAR DI SURABAYA Pendahuluan Landasan Teori*.
- juicebox. (2024). *Visual Brand Guidelines*. <https://juicebox.co.id/visual-brand-guidelines/>
- Muallimah, H. (2021). *Kajian Penerapan Strategi Komunikasi Aisas Terhadap*

- Perancangan Desain Komunikasi Visual. *Kreatif: Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental Dan Inovatif*, 3(02), 1–10.
<https://doi.org/10.53580/files.v3i02.30>
- Nguyen, M. (2020). *Creating Visual Identity and Brand Guidelines to achieve Consistency in Brand Experience – Case Kokonat*. 59.
https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/338898/Thesis_Mai_Nguyen_final.pdf?sequence=2
- Nurdita, A. R. (2023). *Penjualan Produk Baja Ringan Meningkat, Terdongkrak Sektor Properti*. Bisnis.Com.
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20230822/257/1687131/penjualan-produk-baja-ringan-meningkat-terdongkrak-sektor-properti>
- Pangaribuan, M. R. (2014). Baja Ringan Sebagai Pengganti Kayu Dalam Pembuatan Rangka Atap Bangunan Rumah Masyarakat. *Jurnal Teknik Sipil Dan Lingkungan*, 2, 648–655.
- Patrycia, Z. (2015). Pengaruh Warna Bagi Suatu Produk Dan Psikologis Manusia. *Humaniora Binus*, 2(Terminologi warna), 1086.
<https://journal.binus.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/3158>
- Putra, R. W. (2020). *PENGANTAR DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DALAM PENERAPAN*. CV. ANDI OFFSET.
- Putro, R. D. P. P., & Jatisidi, A. (2019). Perancangan Identitas Visual (Logo) Untuk Mengangkat Nilai Brand Aulia Griya Pengantin. *Pantarei*, 3(1), 5–24.
- Riadi, M. (2022). *Corporate Identity*. KajianPustaka.Com.
<https://www.kajianpustaka.com/2022/11/corporate-identity.html>
- Rustan, S. (2009). *Mendesain Logo*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Said, A. A. (2006). *DASAR DESAIN DWIMATRA*. UNM Makassar.
- Sucipto, F. D., Yuda, R., Wijaya, S. R., & Ghifari, M. (2022). *Buku Ajar Pengantar Desain Komunikasi Visual*. EUREKA MEDIA AKSARA.
- Tjahyadi, S., & Antonio, W. (2023). Analisa Pengaruh Desain Grafis pada Konten Media Sosial terhadap Daya Tarik Pengguna dari Generasi Z di Kota Batam. *Journal on Education*, 5(3), 9523–9539.
<https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1825>

Wheeler, A. (2013). *Designing Brand Identity*. John Wiley & Sons, Inc.

Widiastuti, S. (2022). *BAGIAN CORPORATE IDENTITY*. Universitas STEKOM.

<https://desain-komunikasi-visual-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/BAGIAN-CORPORATE-IDENTITY/1e9cdd50e700ee45b9c8066442eb520af7fa8739>