

DAFTAR PUSTAKA

- A.B. Susanto dan Hilmawan Wijanarko. (2004). *Power Branding : Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta : PT Mizan Publika Jakarta.
- A Kusrianto (2006). *Panduan Desain Komunikasi Visual*. Jakarta : Elex Media Komputindo
- A, Shimp, Terence . (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I (edisi 5)*, Jakarta : Erlangga.
- Aaker, D. A. (1996). Measuring brand equity across products and markets. *California management review*, 38(3).
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Anugrah, P. S. (2023). *Perancangan Visual branding Yang Diaplikasikan Pada Konten Media Sosial Komunitas Film The Visual Storyteller* (Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia Yogyakarta).
- Atmoko Dwi, Bambang. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita
- Bradford, K. 2015. *Importance of a Brand's Visual Identity When Building a Customer Base*. Accessed Sept 26th, 2023. LinkedIn post. LinkedIn.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana, Jakarta, Vol. 2.
- Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (1999). *Diagnosing and changing organizational culture: based on the competing values framework: Addison*. Wesley Publishing.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design : qualitative, quantitative, and mixed methods approaches— 4th ed*. USA : SAGE Publications, Inc.
- Gao, Q., & Feng, C. (2016). *Branding with social media: User gratifications, usage patterns, and brand message content strategies*. *Computers in Human Behavior*, 63, 868-890.
- Hellberg, M. (2015). *Visual Brand Communication on Instagram: A study on consumer engagement*. *Hanken School of Economics*, 6-80.
- Hubert K Rampersad, (2008). *Sukses Membangun Authentic Personal Branding, Edisi Indonesia*. Jakarta : PPM.

- Indriati, L. (2020). Instagram Visual Strategies: Key To Communicate *Brand Value* (Studi Kasus: Instagram Dkv Universitas Ciputra). *Prosiding Konferensi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual (KOMA DKV)*.
- Jenkins, R. (1996). *Social identity*. London: Routledge.
- Kartajaya, H. (2004). *On Brand Seri 9 Elemen Marketing*. Penerbit PT. Mizan Pustaka, Bandung.
- KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Kamus versi online/daring (Dalam Jaringan). di akses pada 31 Agustus. 2020. <https://kbbi.web.id/visual>
- Keller, K. L., Parameswaran, M. G., & Jacob, I. (2011). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. Pearson Education India.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1994). *Marketing management, analysis, planning, implementation, and control, Philip Kotler*. London: Prentice-Hall International.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran (13th ed.)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P.T., Keller, K.L., Brady, M., Goodman, M., Hansen, T. (2019). *Marketing Management*.
- Kriyantono, Rahmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : PT. Kencana Perdana.
- Kusrianto, Adi (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi
- Lake, L. (2009). What is *branding* and how important is it to your marketing strategy. *About. com: Marketing [website]*. Retrieved from <http://marketing.about.com/cs/brandmktg/a/whatisbranding.htm>.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisis data kualitatif*. Jakarta : Universitas Indonesia Press.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Mulia, Intan (2019). *Visual branding Isu Politik dalam Akun Instagram Mojok.co*. Skripsi. Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Negeri Yogyakarta.
- Mulyana, Dedy. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Napoleon Cat. (2023). Instagram users in Indonesia. Retrieved from <https://napoleoncat.com/stats/Instagram-users-in-indonesia/2022/12/>
- Neumeier, Marty. (2006). *The Brand Gap*. California: New Riders Publishing.
- Neumeier, Marty. (2013). *The Dictionary of Brand*. USA: Almaden Press.

- Ningrum, R. F. (2020). *Strategi Kreatif The Steddy Melalui Media Sosial Instagram*. (Doctoral Dissertation, Institut Seni Indonesia Surakarta).
- Nova, R. F. (2010). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Pada Rumah Sakit. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Patton, M. (1980). *Qualitative Evaluation Methods*. Sage Publications, Beverly Hills.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice*. Sage publications.
- Pratiwi, N. R. (2021, February). Visual *Branding* Pt. Freeport Indonesia dalam Balutan Ragam Budaya Lokal Papua (Ditelaah dari Sudut Pandang Filsafat Seni). In *Prosiding Seminar Nasional Desain Sosial (SNDS)* (Vol. 1, No. 1, pp. 306-310).
- Pujiyanto, P. (2013). Estetika Ideologi Media Above The Line Produk Suplemen Merek "Madurasa" Pt. Air Mancur. *Bahasa dan Seni: Jurnal Bahasa, Sastra, Seni, dan Pengajarannya*, 41(2).
- Purhantara, Wahyu. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Putra, M.C.Z. Adi dan Eko A.B. Oemar (2020). Analisis Strategi Visual *branding* Flip Burger dengan Pendekatan Teori *Branding* Marty Neumeier. Desain. Universitas Negeri Surabaya.
- Rustan, Surianto. (2011). *Font & Tipografi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Suriato, R. (2014). *Layout Dasar dan Penerapan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wheeler, A. (2009). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team*. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Wibowo, W. (2019). *Strategi Visual branding Cold Brew Coffee "Pertemuan" Dalam Foto Iklan* (Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia Yogyakarta).