

DAFTAR PUSTAKA

- A. P. HADI, "PSIKOLOGI WARNA DALAM DESAIN," *STEKOM*, 2020. <https://komputer-grafis-d3.stekom.ac.id/informasi/baca/PSIKOLOGI-WARNA-DALAM-DESAIN/a3d63c0b0479ac50cd199d14a2725dadf1e1e95a> (accessed Sep. 04, 2023).
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- A. Rifda, "11 Arti Warna dalam Psikologi dan Filosofinya," *Gramedia Blog*, 2022. <https://www.gramedia.com/best-seller/arti-warna-dalam-psikologi-dan-filosofinya/> (accessed Sep. 04, 2023).
- Badan Pusat Statistik, "Profil Kemiskinan di Indonesia Maret 2023," *Badan Pusat Statistik*, 2023. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2023/07/17/2016/profil-kemiskinan-di-indonesia-maret-2023.html> (accessed Sep. 01, 2023).
- Choirunnisa, A. (2020). Perancangan Corporate Identity Sebagai Media Promosi Koperasi Nusa Sejahtera. *IKONIK: Jurnal Seni Dan Desain*, 2(1), 27. <https://doi.org/10.51804/ijsd.v2i1.609>
- Fauzi, A., Firmansyah, Maulana, A., Kurnia, P., & Septian, B. (2020). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK BRANDING YAYASAN YATIM/PIATU & DHUAFAT-TAUFIQ KOTA BEKASI. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat UP3M STKIP PGRI Sumatera Barat*, 2(1), 32–37.
- Huda, A. (2019). *Cara Mudah Belajar Desain Grafis*. UNP PRESS. https://www.google.co.id/books/edition/Cara_Mudah_Belajar_Desain_Grafis_Corel_D/mDUQEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1
- International Design School, *Mengenal Psikologi Warna Dalam Desain*, <https://idseducation.com/psikologi-warna-dalam-desain/>, (3 agustus 2023)
- Keler, K.L. (2015). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall
- Kementerian Sosial Republik Indonesia, "Kemensos Berikan Perlindungan kepada 4 Jutaan Anak Yatim-Piatu," *Kementerian Sosial Republik Indonesia*, 2021. <https://kemensos.go.id/kemensos-berikan-perlindungan-kepada-4-jutaan-anak-yatim-piatu> (accessed Sep. 01, 2023).
- Kominfo, *Program Penanggulangan Kemiskinan*. Kementerian komunikasi dan informatika, 2011. [Online]. Available: https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/Program_Penanggulangan_Kemiskinan_Kabinet_Indonesia_Bersatu_II.pdf.
- L. C. Luzar and M. Monica, "Peranan Komunikasi Visual bagi Identitas Perusahaan," *Humaniora*, vol. 4, no. 1, pp. 528–238, 2013, doi: 10.21512/humaniora.v4i1.3461.

- Masnuna, & Romadhona, M. (2020). *DKV 2 MEDIA CETAK DENGAN TEKNIK SABLON PRESS*. Indomedia Pustaka.
- Mbizmarket, “Pengenalan Analisis TOWS Matrix dalam Kegiatan Bisnis,” *Mbizmarket*, 2021. <https://www.mbizmarket.co.id/news/pengenalan-analisis-tows-matrix-dalam-kegiatan-bisnis/> (accessed Sep. 03, 2023).
- 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>.
- Nugroho, D. P. (2019). PERANCANGAN CORPORATE IDENTITY SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK MUSEUM PANJI. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 2(2), 77. <https://doi.org/10.32815/jeskovsia.v2i2.321>.
- Nural.id, Simetris dan Asimetris <https://learn.nural.id/course/graphic-design/prinsip-dasar-desain-grafis/simetri-dan-asimetri> (5 Juni 2013).
- Priscilia Yunita Wijaya. (1999). Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual. *Nirmana*, 1(1), 47–54. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv/article/view/16040>.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>.
- Rustan, S. (2009). *MENDESAIN LOGO*. Gramedia Pustaka Utama. Eperpusdikbud
- R. Andriani, A. R. Yani, and W. Widyasari, “Perancangan Logo sebagai Identitas Visual Wisata Edukasi Gerabah (Weg) Di Bojonegoro,” *DESKOVI Art Des. J.*, vol. 5, no. 1, pp. 61–68, 2022, doi: 10.51804/deskovi.v5i1.1711.
- S. Salsabila and A. Mustikawan, “Perancangan Identitas Visual Pesantren Terpadu Hayatan Thayyibah Sukabumi,” *e-Proceeding Art Des.*, vol. 6, no. 3, 2019.
- Suparti, & Saputro, E. A. (2023). PERANCANGAN RE-BRANDING LOGO CORPORATE IDENTITY TRIPLEHOUSE KALIWUNGU KOTA KENDAL. *Journal JTD (Teknik Informatika Dan Desain Komunikasi Visual)*, 2, 12–35. <https://jfik.uniss.ac.id/index.php/journals/article/view/40>
- Tjiptono, Fandy. (2015). Strategi Pemasaran. Edisi 4.
- Wibisono, A. B. (2020). *Riset Desain*. CV. Putra Media Nusantara.
- Wijaya, P. Y. (1999). Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual. *Nirmana*, 1(1), 47–54. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv/article/view/16040>.

TENTANG PENULIS



Nabila Rosyita Sari, desainer grafis dan perancang rebranding lembaga sosial dalam judul tugas akhir “Perancangan Rebranding Lembaga Sosial Pembina Penyantun Anak Yatim (PPAY) Baiturrohman Kecamatan Krian Kabupaten Sidoarjo” yang lahir di Sidoarjo, 8 Nivember 2000. Saat ini penulis sedang menempuh pendidikan S-1 Jurusan Desain Komunikasi Visual di Universitas Pembangunan Nasional Jawa Timur. Penulis sudah menekuni bidang desain yang berfokus pada perancangan identitas visual serta menciptakan karya-karya yang kreatif yang bermanfaat bagi lingkungan sekitarnya. Sehingga penulis memilih untuk mengangkat lembaga sosial di sekitar tempat tinggalnya, yaitu Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman di Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo untuk menjadi mitra dalam tugas akhir ini dengan tujuan ingin memperkenalkan Lembaga Sosial PPAY Baiturrohman yang peduli menyejahterakan kehidupan yatim kepada masyarakat lebih luas yaitu Sidoarjo dan sekitarnya (Surabaya) melalui upaya rebranding.