

DAFTAR PUSTAKA

- Adwitiya, F. N., Wulandari, S., & Ayuswantana, A. C. (2024). Perancangan Rebranding Logo Pantai Joko Mursodo. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4(3).
- Andirani, F., & Anandita, C. (2019). Rebranding Sofyan Hotel Cut Meutia Dalam Meningkatkan Citra. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 2(1).
- Arif, A. Z., Soedjarwo., & Roesminingsih, E. (2022). Strategi Pemasaran Melalui Rebranding di SD Muhammadiyah 24 Surabaya. *Didaktis: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Pengetahuan*, 22(2).
- Azizah, D. N., & Wulandari, S. (2023). Identitas Visual Pada Desain Feeds Instagram Brand “Zamzam Kalimantan”. *Seniman: Jurnal Publikasi Desain Komunikasi Visual*, 1(2).
- Brima, F., Syafwan., & Trinanda, R. (2017). Perancangan Ilustrasi dan Layout Buku Ensiklopedia Jet Tempur Terbaik Dunia. *DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 5(1).
- Chandra, C., & Keni. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Dan Brand Loyalty Terhadap Customer Purchase Decision. *Jurnal Muara Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 3(1).
- Editor Vokasi (2024, 19 Juni) Sanggar Tari di Kota Surabaya - Direktori. Retrieved From direktori.vokasi.unair.ac.id:<https://direktori.vokasi.unair.ac.id/sanggar-tari-di-kota-surabaya/>
- Gumelar, R. G. (2014). Layout Majalah Sebagai Sebuah Cerminan Identitas Pembaca Studi Kasus Layout Majalah Cosmopolitan Dan Aneka Yes. *Jurnal Komunikasi*, 2(3).
- Hambadjawa, J. A. P. (2020). Sanggar Seni Kerajinan Keris di Imogiri Dengan Pendekatan Arsitektur Neo Vernakular. (Skripsi Sarjana, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Hendratman, H. (2017). *Computer Graphic Design*. Edisi Revisi ke-3. Bandung: Informatika.
- Putra, R. W. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Indrayuda, I. (2015). Tari Tradisional Dalam Ranah Tari Populer: Kontribusi, Relevansi, Dan Keberlanjutan Budaya. *Humanus: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Humaniora*, 14(2).
- Ismatuddiyanah, I., Meganingrum, R. J. A. A., Putri, F. A., & Mahardika, I. K. (2023). Ciri dan Tugas Perkembangan Pada Masa Remaja Awal dan Menengah Serta Pengaruhnya Terhadap Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 27233-27242

- Jayanegara, I. N., & Setiawan, I. N. A. F. (2020). Analisis Bentuk Pada Identitas Visual STMIK STIKOM Indonesia. *Jurnal Bahasa Rupa*, 3(2).
- Kairupan, N. H., Dida, S., & Budiana, H. R. (2016). Corporate Rebranding of Gramedia Store (Corporate Rebranding Di Gramedia Store). *Edutech*, 15(3), 265-287.
- Karsono., Purwanto., & Salman, A. M. B. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *JIET: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2).
- Laksono, Y. T. (2023). Analisis Brand Communication Sebagai Peningkatan Local Product Placement oleh Creativepedia. *Jurnal Sintesa*, 2(2).
- Luthfiana, I. I., & Kania, D. (2014). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Sosial Terhadap Brand Awareness Ombudsman Republik Indonesia. *Journal Communication Spectrum*, 4(1).
- Mahfudz, A. (2020). *Strategi Branding dalam Membangun Citra TPA Percontohan Daerah Istimewa Yogyakarta (Studi Deskriptif Kualitatif Tpa Anwar Rasyid Gondokusuman Kota Yogyakarta)*. (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta).
- Mohamed, H., & Rostam, K. (2017). Globalisasi Dan Impak Sosiobudaya. *JURNAL ANTROPOLOGI: Isu-Isu Sosial Budaya*, 19(1).
- Nahak, H. M. I. (2019). Upaya Melestarikan Budaya Indonesia di Era Globalisasi. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 5(1).
- Nardo, R. et al. (2024). *Branding Strategy di Era Digital*. Purbalingga: CV Eureka Media Aksara.
- Nugroho, A., Florina, I. D., & Edi, S. (2024). Menggali Strategi Visual dan Naratif @tokomerekah dalam Membangun Brand Identitas di Instagram. *Journal of Education Research*, 5(3).
- Nurjaman, F., Sudadio, S., & Faturrohman, N. (2017). Implementasi Pelatihan Tari Daerah dalam Melestarikan Tarian Banten di Sanggar Raksa Budaya Kota Serang. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 1(2).
- Oktavia, P. A., et al. (2023). Re-Branding UMKM Kerupuk Kemplang Lembak Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan di Desa Lembak. *Communnity Development Journal*, 4(6).
- Pandiangan, K., Masiyono., & Atmogo, Y. D. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *JIMT: Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4).

- Prabowo, I. D., & Sagita, V. A. (2019). Efektivitas Rebranding Humas Pemerintah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Terhadap Citra Baru Malioboro. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(3).
- Pramiyati, T., Jayanta, J., & Yulnelly, Y. (2017). Peran Data Primer Pada Pembentukan Skema Konseptual Yang Faktual (Studi Kasus: Skema Konseptual Basisdata Simbumil). *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 8(2), 679-686.
- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis. Universitas Brawijaya Press.
- Putri, D. E. et al. (2021). Brand Marketing. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Remaja, A. H. P. (2023). Perkembangan Remaja. *Psikologi Perkembangan*, 155, 2024.
- Resi, L. A., Haryono, S., & Subiyantoro, S. (2019). Pendidikan Seni Tari Sanggar Seni Sarwi Retno Budaya Surakarta Sebagai Pengembangan Karakter Anak. *MUDRA: Jurnal Seni Budaya*, 34(3).
- Rizal, M. F. (2015). TA: Rebranding CV. Prawara Dwi Persada sebagai Upaya Menciptakan Brand Awareness (Doctoral dissertation, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya).
- Rizal, S. (2021). Minat Remaja Dalam Mengikuti Kajian Keagamaan. *Dakwatul Islam*, 5(2), 121-130.
- Rizki, M., & Lestari, W. (2021). Peran Masyarakat Dalam Menjaga Eksistensi Kesenian Ebeg Wahyu Krida Kencana Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Tambaknegara Kabupaten Banyumas. *Imaji: Jurnal Seni dan Pendidikan Seni*, 19(1), 96-102.
- Setiawati, S. D., Retnasari, M., & Fitriawati, D. (2019). Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1).
- Sofyan, A. (2024). Metode Penelitian Kombinasi. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*, 34.
- Tamimy, M. F. (2017). *Sharing-mu, Personal Branding-mu: Menampilkan Image Diri dan Karakter di Media Sosial*. Jakarta: Visi Media.
- Valenciana, C., & Pudjibudojo, J. K. K. (2022). Korean Wave; Fenomena Budaya Pop Korea pada Remaja Milenial di Indonesia. *Jurnal Diversita*, 8(2).
- Valentino, D. E. (2018). Perancangan Logo Brand Identity Sandpiper Sebagai Upaya Peningkatan Brand. *TEMATIK: Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 5(2).

- Warsaa, Y. W. S., Happy, H. R. D., & Saputra, D. D. (2023). Brand Identity UD Bakriy Furniture Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness. *JESKOVSA: Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 7(2).
- Wahyuningsih, S. (2015). *Desain Komunikasi Visual*. Madura: UTM Press.
- Wulandari, S., & Aji, R. I. (2022). Kajian Terhadap Fandom K-Pop (ARMY & EXO-L) Sebagai Audiens Media Dalam Mengonsumsi Dan Memaknai Teks Budaya. *Prosiding SNADES 2022*.
- Yasa, I. W. A. P. et al. (2024). *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Perkembangannya*. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Yeninarsih, T. K. (2018). *Pendidikan Seni Tari: Buku untuk Mahasiswa*. Banda Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Yusantiar, R., & Soewardikoen, D. W. (2018). Perancangan Identitas Visual untuk Promosi Pariwisata Kabupaten Rembang. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 4(02), 207-220.
- Zharandont, P. Pengaruh Warna Bagi Suatu Produk Dan Psikologis Manusia. *Jurnal pada jurusan Desain Produk Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom*.