

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, N., Windu Viatra, A., & Patriansah, M. (2024). Packaging Sebagai Media Komunikasi Visual Branding Kerajinan Purun Pedamaran Kepada Generasi Z Di Kota Palembang. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 9(1), 73–90. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v9i1.3724>
- Calista, H., & Melini, E. (2022). Perancangan Identitas Visual dan Desain Kemasan Benanglusi. *De-Lite: Journal of Visual Communication Design Study & Practice*, 2(1), 43. <https://doi.org/10.37312/de-lite.v2i1.5771>
- Chelsea Sutanto, A., Chang, G., Daffa Nadhif, L., Samuel Son, S., Miranda Simon, V., & Yulia Ningsih, R. (2024). Efektivitas Penggunaan Instagram Dalam Proses Branding Pada Umkm Di Kemanggisan. *Jurnal Manajemen Dan Pemsaran Digital (JMPD)*, 2(3), 204–211.
- Isdriani, & Syaifullah Islamudin, M. (2023). Pengaruh Tipografi Pada Logo Coca-Cola Dalam Membangun Brand Awareness Isdriani. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(13), 349–361.
- Mardiyanti, & Ismadi. (n.d.). *Kain tenun tradisional dusun sade, rembitan, pujut, lombok tengah, nusa tenggara barat traditional weaving cloth hamlet of sade, rembitan, pujut, central lombok, west nusa tenggara*. 2, 63–70.
- Nahak, H. M. I. (2019). Upaya Melestarikan Budaya Indonesia Di Era Globalisasi. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 5(1), 65–76. <https://doi.org/10.33369/jsn.5.1.65-76>
- Netrawati, I. G. A. O., Suastina, I. G. P. B., & Ali, J. (2019). Hambatan Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Lombok Tengah (Studi Kasus Pada Perajin Kain Tenun Tradisional Dusun Sade). *Media Bina Ilmiah*, 14(4), 2337. <https://doi.org/10.33758/mbi.v14i4.343>
- Pratama, S., Aditywan, O., & Fathurrizky, A. (2023). Perancangan Desain Kemasan Sebagai Media Promosi Produk Kuliner Tradisional. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 5(1), 11–19.
- Rahmayana, Y., Enawaty, E., & Hadi, L. (2021). 3 1,2,3. 2(2), 25–32.
- Sholikatin, W. (2020). Perancangan Kemasan Produk Kripik Makroni Spiral Makeci. *DESKOVI : Art and Design Journal*, 2(2), 73. <https://doi.org/10.51804/deskovi.v2i2.517>

- Studi Manajemen, P., Tinggi Ekonomi Bima, S., Bima, K., & Kata Kunci, A. (n.d.). *Jurnal Cahaya Mandalika (JCM) | 225 PERILAKU ETHNOCENTRISM TERHADAP MINAT BELI PRODUK TENUN KHAS BIMA*. 225–233.
- Suhita, S. U., Rosyada, F. A., & Rifani, M. (2022). Pengaruh Media Sosial Dalam Strategi Pemasaran Produk Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Sahmiyya*, 1(2), 229–236.
- Suriyati, S. (2019). Desain Perancangan E-Commerce Kain Tenun Lombok Desa Sukarara Lombok Tengah. *To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 36. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v2i2.241>
- Ummah, M. S. (2019). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
- Utami, N. F., & Yulianti, N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(2). <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i2.3334>
- Wahyudin, D. (2018). Identitas Orang Sasak: Studi Epistemologis terhadap Mekanisme Produksi Pengetahuan Masyarakat Suku Sasak. *Jurnal Penelitian Keislaman*, 14(1), 52–63. <https://doi.org/10.20414/jpk.v14i1.493>