

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianingsih, A., Putri, A. R., & Munir, M. M. (2019). Karakteristik Huruf Hijaiyah Sebagai Sarana Pembelajaran Baca Tulis Awal Anak usia Dini. *Jurnal Tunas Siliwangi*, 115-116.
- Airey, D. (2019). *Identity Designed: The Definitive Guide to Visual Branding*. Massachusetts: Rockport Publishers.
- Blakeman, R. (2015). *Advertising Campaign Design : Just the Essentials*. New York: Routledge.
- Coman, B. R. (2021). Constructing and Communicating the Visual Identity of a University. Case Study: Visual Identity of Transilvania University of Brasov. *MDPI*, 1-12.
- Dang, L. (2018). Visual Branding : A Guide to Designing Visual Identity. 10-35.
- Desai, D. M. (2019). Digital Marketing: A Review. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD)*, 196-198.
- Fadhallah. (2020). *Wawancara*. Jakarta: UNJ Press.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika*, 34-35.
- Fatimah, F. N. (2020). *Teknik Analisis SWOT*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Fitri Khoirunnisa, S. R. (2020). STRATEGI PENGEMBANGAN SISTEM INFORMASI PELAYANANKANTOR KELURAHAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT(STUDIKASUS KELURAHAN SUKABUNGAH KOTABANDUNG). *JURNAL TEKNOLOGI DAN OPEN SOURCE*, 48.
- Haikal, F. A. (2022). PERANCANGAN IDENTIFICATIONAL SIGN “SAYA UISI” DENGAN KONSEP INDUSTRIAL HERITAGE DI KAMPUS B UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA. *Skripsi*, 40.
- Howarth, J. (2022, September 20). *Top 13 Graphic Design Trends (2022-2024)*. Retrieved from explodingtopics.com: <https://explodingtopics.com/blog/graphic-design-trends>
- Kariz, S. A., & Prasetyo, D. Y. (2022). Relativisme Preseptif Hukum Islam dan Hukum Adat dengan Hukum Positif pada Orientasi Pergerakann LGBT di Indonesia. *Proceeding of Conference on Law and Social Studies*, 2-10.
- Kelley, B. (2012, November 6). *Push or Pull Marketing for Innovations?* Retrieved from bradenkelley.com: <https://bradenkelley.com/Push-or-Pull-Marketing-for-Innovations.pdf>

- Lindsten, A. (2018). EXPLORING MODERN METHODS OF 3D ASSET CREATION. *Turku University of Sciences Bachelor's Thesis*, 9-22.
- Liu, Y. (2019). On Computer Digital Illustration Design. *IOP Science*, 1.
- Mariana Berga, S. G. (2021, Juli 29). *The top 8 illustration styles*. Retrieved from Imaginary Cloud: <https://www.imaginarycloud.com/blog/illustration-styles/>
- Maydiantoro, A. (2021). Model-Model Penelitian Pengembangan (Research and development). *Repository Unila*, 1-6.
- Moh. Naufal Fanani, M. D. (2020). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA KARYAWAN PADA UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA (UISI). *JurnalManajerial*, 70.
- Mutmainah, I., Suharjo, B., Kirbrandoko, & Nurmalina, R. (2020). ORIENTASI PASAR DAN PERAN AUDIT PEMASARAN DALAM MEMBANGUN KINERJA DAN DAYA SAING PERGURUAN TINGGI SWASTA. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 299-300.
- Ni'matuzahroh, & Prasetyaningrum, S. (2018). *Observasi : Teori dan Aplikasi dalam Psikologi*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Pangestu, R. (2019). Penerapan Kampanye Sosial dalam Desain Komunikasi Visual. *Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 160.
- Prasetyanto, A. A. (2014). Analisis dan Perancangan 3D Modelling Karakter dan Background Game The Hero of Majapahit Menggunakan Metode Subdivision Modelling dan Digital Sculpting. *Naskah Publikasi AMIKOM Yogyakarta*, 4.
- Prihatmoko, S. (2022, June 3). *10 Tren Desain Grafis Di Tahun 2022 Part 3*. Retrieved from Universitas STEKOM: <http://desain-grafis-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/10-tren-desain-grafis-di-tahun-2022-Part-3/93bda3e820d08c486625600395b1114d116a33ef>
- Pujihastuti, I. (2010). Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian. *Cefars*, 43-45.
- Rayanto, Y. H., & Sugianti. (2020). *Penelitian Pengembangan Model ADDIE dan R2D2 : Teori & Praktek*. Pasuruan: Lembaga Academic & Research Indonesia.
- Rizaty, M. A. (2022, August 25). *Ada 3.975 Perguruan Tinggi di Indonesia per 2021, Cek Sebarannya*. Retrieved from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/ragam/detail/ada-3975-perguruan-tinggi-di-indonesia-per-2021-cek-sebarannya>
- Saleh, S. (2017). *Analisis Data Kualitatif*. Bandung: Pustaka Ramadhan.

- Setyowati, R. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Siswa SMA Dalam Memilih Perguruan Tinggi. *Journal of Language and Health*, 37-42.
- Sirine, H. W. (2016). Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok di Cilacap. *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 178-181.
- Siswanto, R. A., & Dolah, J. b. (2018). Exploration to the Most Fundamental Form of Dynamic Visual Identity. *Atlantis Press*, 432-438.
- SMA YPM 2 Panjunan Sukodono. (2019, September 4). *Karakteristik Perkembangan Anak Usia SMA*. Retrieved from SMA YPM 2 Panjunan Sukodono: <https://smaypm2.sch.id/read/7/karakteristik-perkembangan-anak-usia-sma>
- Suharsimi, A. (2006). Metodologi Penelitian. *Bina Aksara*, 51.
- Wadhvani, P., & Loomba, S. (2022, October). *3D Rendering Market Size By Component, By Organization Size, By Application, By End-use, COVID-19 Impact Analysis, Regional Outlook, Growth Potential, Competitive Market Share & Forecast, 2022 – 2030*. Retrieved from GMI (Global Market Insight): <https://www.gminsights.com/industry-analysis/3d-rendering-market>
- Wang, Y. (2022). Illustration Art Based on Visual Communication in Digital Context. *Hindawi*, 1-2.
- Wheeler, A. (2009). *Designing Brand Identity*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- World Economic Forum. (2020). *The Future of Jobs Report 2020*. Cologny/Geneva: World Economic Forum.
- Wu, Y. Q., & Cheong, C. Y. (2022). Academic Visual Identity of Higher Education Institutions: A Multimodal. *GEMA*, 236-239.
- Y.Ying, M. K. (2020). Urban 3D modelling methods: A state-of-the-art review.
- Yogananti, A. F. (2015). Pengaruh Psikologi Kombinasi Warna dalam Website. *Andharupa*, 46-50.