

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1991. *Managing Brand Equity*. New York: The Free Press.
- Aaker, David A & Erich Joachimsthaler. 2002. *Brand Leadership*. New York: The Free Press.
- Adams, Sean. Morioka, Noreen. 2004. *Logo Design Workbook: A Hands-On Guide to Creating Logos*. Massachusetts: Rockport Publishers, Inc.
- Dameria, Anne. 2007. *Color Basic - Panduan Dasar Warna untuk Desainer dan Industri Grafika*. Jakarta : Link & Match.
- Keller, K. L. 2003. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. 2nd ed. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset
- Malayu S.P, Hasibuan. 2010. *Organisasi dan Motivasi*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Napoles, Veronica. 1988. *Corporate Identity Design*. Van Nostrand Reinhold. New York.
- Philip Kotler dan Kevin L. Keller. 2006. *Manajemen Pemasaran* edisi 12, Jilid 1. New Jersey: Indeks.
- Rustan, Suriyanto. 2009. *Mendesain Layout*. Jakarta : Gramedia.
- Rustan, Suriyanto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Soehadi, Agus W. 2005. *Effective Branding : konsep dan aplikasi pengembangan merek yang sehat dan kuat*. Bandung : Quantum Bisnis dan Management.
- Supriyono, Rachmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta.
- Winarno, Surakhmad. 1985. *Pengantar Penelitian Ilmiah: Dasar, Metode, dan Teknik*. Bandung: Tarsito.

Sumber lain

Website:

Ayo ke Batik Solo dan Blangkon Solo, diakses dari <http://keetupat.blogspot.co.id>. 29 Agustus 2017

Ada Blangkon dan Batik dalam Aksi Flashmob, diakses dari <http://www.timlo.net>. 29 Agustus 2017

Latar Belakang Solo Creative City, diakses dari <http://solocreativecitynetwork.blogspot.co.id>. 17 Mei 2018

Nama dan Identitas Merek, Susanto A. B (2006), diakses dari <http://www.jakartaconsulting.com>. 24 Agustus 2017

Nara Sumber

Produsen:

Gilang Primantio Putro, 26 tahun, karyawan swasta, Sukoharjo. (Direktur Anglo)

Hendra Nur Cahyo, 27 tahun, wirausaha, Surakarta. (*Art Designer* Anglo)

Kevin Lutvianto Adi, 26 tahun, pegawai bank, Surakarta (*Manager Marketing* Anglo)

Konsumen:

Afrida Nur Widasti, 24 tahun, mahasiswi, Surakarta

Hilman Zakiri, 19 tahun, mahasiswa, Sukoharjo

Nugroho, 26 tahun, karyawan swasta, Surakarta

GLOSARIUM

Analog	: bersangkutan dengan analogi, sama, serupa
Anglo	: tungku dengan fungsi seperti kompor, terbuat dari tanah liat
Aplikatif	: mengenai (berkenaan dengan) penerapan
Artistik	: mempunyai nilai seni
Asosiasi	: persatuan antara rekan usaha
Aspirasi	: suatu keinginan yang kuat atau cita-cita
Audience	: penonton, pendengar, pengunjung
Awareness	: kesadaran, menyadari
Billboard	: bentuk iklan dengan ukuran cukup besar, diletakkan tinggi di tempat tertentu pada tempat ramai.
Bonafiditas	: hal yang dapat dipercaya dengan baik dari segi kejujuran maupun kemampuannya
Brainstorming:	teknik kreativitas yang mengupayakan pencarian penyelesaian dari suatu masalah tertentu dengan mengumpulkan gagasan secara spontan dari anggota kelompok.
Brand	: identitas barang atau layanan yang lebih tertuju kepada nama , simbol , tanda , istilah , slogan , logo , desain atau kombinasinya untuk membedakan identitas barang atau layanan dari penjual / toko lain.
Branding	: sebuah kegiatan komunikasi yang dilakukan pemilik brand untuk memperkenalkan , membangun dan membesarkan brand itu sendiri .
Clothing	: perusahaan yang memproduksi pakaian jadi di bawah brand mereka sendiri
Cognition	: pengertian, mengerti
Company	: perusahaan
Corporate	: sekelompok orang yang bersatu mendirikan sebuah entitas berbadan hukum
Deformasi	: perubahan atau transformasi sebuah benda dari kondiso semula ke kondisi terkini
Designer	: seseorang yang merancang sesuatu. pelukis, perencana, perancang, pembuat model
Distinctive	: menandai atau mengekspresikan perbedaan atau perbedaan; membedakan; ciri khas
Dimensi	: ukuran (panjang, lebar, tinggi, luas)
Dinamis	: penuh semangat dan tenaga sehingga cepat bergerak dan mudah menyesuaikan diri dengan keadaan dan sebagainya; mengandung dinamika
Distribusi	: penyaluran (pembagian, pengiriman) kpd beberapa orang atau ke beberapa tempat
Distro	: singkatan dari distribution store atau distribution outlet. adalah jenis toko di Indonesia yang menjual pakaian dan aksesori yang dititipkan oleh pembuat pakaian atau diproduksi sendiri.
Eksklusif	: terpisah dari yang lain; khusus
Ekspektasi	: impian, harapan, angan-angan

Element	: bagian-bagian dasar yang mendasari sesuatu
Emphasis	: penekanan, memberi penekanan pada.
Entitas	: sesuatu yang memiliki keberadaan yang unik dan berbeda, walaupun tidak harus dalam bentuk fisik
Equity	: jumlah modal yang menggambarkan hak kepemilikan seseorang atas aset perusahaan
Etnik	: bertalian dengan kelompok sosial dalam sistem sosial atau kebudayaan yg mempunyai arti atau kedudukan tertentu karena keturunan, adat, agama, bahasa, dsb; etnis
Fashionable	: modern, sesuai dengan mode terakhir, menurut dengan bentuk atau gaya yang berlaku
Focal	: fokus, sebagai titik fokus
Grammar	: himpunan dari aturan-aturan yang terstruktur yang mengatur susunan kalimat, frase, dan kata dalam bahasa apapun
Harmony	: keselarasan, keserasian
Helvetica	: jenis huruf sans-serif yang dikembangkan oleh Max Miedinger dan Eduard Hoffmann pada tahun 1957 untuk Haas Type Foundry di Münchenstein, Swiss. Mereka berkeinginan membuat huruf yang memiliki kejelasan, simple tanpa makna intrinsik pada bentuknya dan dapat digunakan untuk berbagai jenis implementasi.
Hierarki	: urutan tingkatan, jenjang jabatan, pangkat kedudukan
Identity	: identitas, ciri-ciri, tanda-tanda, khas
Identifikasi	: kegiatan yang mencari, menemukan, mengumpulkan, meneliti, mendaftarkan, mencatat data dan informasi dari “kebutuhan” lapangan
Ikon	: tanda yang mewakili sumber acuan melalui sebuah bentuk replikasi, simulasi, imitasi, atau persamaan
Implementasi	: suatu tindakan atau pelaksanaan dari sebuah rencana yang sudah disusun secara matang dan terperinci
Informal	: tidak resmi, tidak baku
Intensitas	: sebagai keadaan tingkatan atau ukuran intensnya. atau istilah untuk menyatakan cerah dan suramnya warna, kualitas atau kekuatan warna.
Interprestasi	: (tafsiran) adalah proses komunikasi melalui lisan atau gerakan antara dua atau lebih pembicara yang tak dapat menggunakan simbol-simbol yang sama. merujuk pada proses penafsiran yang sedang berlangsung atau hasilnya.
Interval	: jarak yg terletak antara dua nilai yg diketahui
Komplementer	: bersifat saling mengisi, bersifat melengkapi
Kontemporer	: sesuatu hal yang modern, yang masih terjadi dan berlangsung sampai sekarang, atau segala hal yang berkaitan dengan saat ini
Kontribusi	: sumbangsih atau peran, atau keikutsertaan seseorang dalam suatu kegiatan tertentu
Kualitatif	: berdasarkan mutu
Layout	: tata letak dari suatu elemen desain yang di tempatkan dalam sebuah bidang menggunakan sebuah media yang sebelumnya sudah di konsep terlebih dahulu
Leadership	: (kepemimpinan) suatu proses untuk mempengaruhi dan mendorong orang lain agar bekerja keras dalam mencapai suatu tujuan
Legible	: dapat dibaca, keterbacaan huruf

Literatur	: bahan atau sumber ilmiah yang biasa digunakan untuk membuat suatu karya tulis atau pun kegiatan ilmiah lainnya
Loyalitas	: mutu dari sikap setia (loyal)
Mark	: menandai, menanda, menandakan
Market	: pasar
Marketing	: proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia
Merek	: tanda yang dikenakan oleh pengusaha (pabrik, produsen, dan sebagainya) pada barang yang dihasilkan sebagai tanda pengenal; cap (tanda) yang menjadi pengenal untuk menyatakan nama dan sebagainya
Metafora	: makna yang bukan menggunakan kata dalam arti sesungguhnya, melainkan sebagai kiasan yang berdasarkan persamaan dan perbandingan
Monogram	: tanda berupa dua huruf atau lebih yang digabungkan menjadi satu; tanda atau lambang identitas seseorang (organisasi, lembaga, perusahaan, dsb), biasanya dibentuk dari huruf-huruf awal namanya
Oblong	: baju kaus berlengan dan tidak berkerah
Observer	: seorang individu atau kelompok yang menjalankan observasi, bisa dibidang observer merupakan pelaku utama dalam proses berjalannya observasi
Optik	: berkenaan dengan penglihatan (cahaya, lensa mata, dsb)
Pigmen	: zat warna
Positioning	: tindakan perusahaan untuk merancang produk dan bauran pemasaran agar dapat tercipta kesan tertentu diingatan konsumen. Sehingga dengan demikian konsumen segmen memahami dan menghargai apa yang dilakukan perusahaan dalam kaitannya dengan para pesaingnya
Proporsi	: perbandingan ukuran keserasian antara satu bagian dengan bagian yang lainnya dalam suatu benda atau susunan karya seni (komposisi)
Raglan	: potongan diagonal warna berbeda pada bagian lengan pada kaos
Readable	: penggunaan huruf dengan memperhatikan hubungannya dengan huruf yang lain sehingga terlihat jelas
Recognition	: Tindakan mengakui, atau keadaan yang diakui; pengakuan; pengakuan formal; pengetahuan mengaku atau yang diakui; pemberitahuan
Repetisi	: penggunaan elemen desain, detail atau perlengkapan pada lebih dari satu pemakaian
Retail	: eceran atau disebut pula ritel adalah salah satu cara pemasaran produk meliputi semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang secara langsung ke konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis. Organisasi ataupun seseorang yang menjalankan bisnis ini disebut pula sebagai pengecer
Rhythm	: pembuatan desain dengan prinsip yang menyatukan irama.
Scalable	: dapat diskalakan, dapat diukurkan , dapat dinaiki
Sequence	: rangkaian, urutan, rentetan

Showroom	: sebuah ruang yang besar, yang digunakan untuk menampilkan produk-produk untuk dijual, seperti otomotif, furniture, peralatan rumah tangga, karpet atau pakaian
Simplikasi	: penyederhanaan
Stability	: stabilitas, kemantapan, kestabilan, keseimbangan
Stand	: tempat menjual produk di pasar, warung
Statis	: konstan atau tidak berubah
Sugesti	: cara pemberian suatu pandangan atau pengaruh dari dalam diri seseroang atau sekelompok orang kepada orang lain atau kelompok lain dengan cara tertentu sehingga orang/ kelompok tersebut menerima pandangan atau pengaruh yang diberikan tanpa berpikir lebih lanjut
Tipografi	: suatu kesenian dan teknik memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, guna kenyamanan membaca semaksimal mungkin.
Trademark	: sebagian dari brand yang dinyatakan dalam bentuk simbol atau logo, desain, warna, atau huruf tertentu yang dapat memberikan pemiliknya hak-hak hukum untuk mencegah penggunaan yang tidak sah atas merek dagang tersebut
Trend	: bergaya mutakhir, segala sesuatu yang sedang dibicarakan, Disukai atau bahkan digunakan oleh sebagian besar masyarakat pada saat tertentu
Typeface	: rancangan karakter dari sekumpulan huruf. Typeface merupakan "perwajahan" yang membentuk karakteristik suatu kumpulan huruf sehingga membedakannya dengan jenis huruf yang lain
Unity	: kesatuan yang digubah melalui unsur yang mendominasi dan kurang mendominasi serta kedekatan dalam komposisi dalam suatu karya seni.
Value	: dimensi mengenai derajat terang gelap atau tua muda warna
Visual	: dapat dilihat dengan indra penglihat (mata)
Wordmark	: sebuah logo yang menggunakan teks langsung dalam logonya sebagai tanda pengenal yang diungkapkan untuk mengkomunikasi makna dari sebuah perusahaan, teks dalam logo bisa berupa singkatan atau nama perusahaan / brand yang diusung secara langsung.
Workshop	: sebuah kegiatan yang sengaja diadakan sebagai tempat berkumpulnya orang-orang yang berasal dari latar belakang serumpun untuk memecahkan suatu permasalahan tertentu dengan jalan berdiskusi ataupun saling memberikan pendapat antar satu anggota dengan anggota lainnya