

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, Ansel. (1902-1984). *The camera, The print*, Amerika: Little, Brown.
- Akbar, Sultan Raja Latifful, Jiwa Utama dan Iman Sumargono. (2016). *Perancangan Kampanye Pelestarian Kupu-Kupu Di Kota Bandar Lampung. E-Proceeding of Art & Design: Vol. 3, No. 1: 9.*
- Cenadi, Christine S. (1999). *Simbol dalam Desain Komunikasi Visual*. Jurnal NIRMANA: Vol. 1, No. 1.
- Clow, Kenneth E, Donald E Baack. (2014). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. Pearson Education Limited.
- Djahiri, Achmad Kosasih. (1985). *Strategi Pengajuan Afektif-nilai Moral VCT dan Games terhadap VCT*. Bandung: Jurusan PMPKN FPIPS IKIP Bandung.
- Flew, T. (2008). *New Media: an introduction*. New York: Oxford University Pers.
- Gudykunst, William B. (2002). “*Intercultural Communication Theories*” dalam *William B. Gudykunst & Bella Mody (eds)*. California: Handbook of International and Intercultural Communication. 2nd Ed. Sage Publications.
- Kotler, Philip dan Eduardo L. Roberto. (1989). *Social Marketing: Strategies for Changing Public Behavior*. London: Collier Macmillan Publisher.
- Lastriana, Nova. (2021). *Dorong Penggunaan Transportasi Umum, Dishub Terus Tingkatkan Kualitas*. Diakses pada <https://www.bandung.go.id/news/read/5710/dorong-penggunaan-transportasi-umum-dishub-terus-tingkatkan-kualitas> (25 Maret 2023, 13.30).
- Moeloeng, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2014). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Rosda Karya.

- Oscario, Angela. (2013). *Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Brand*. Jurnal Humaniora Vol. 4 No. 1.
- Prastowo, Andi. (2012). *Panduan Kreatif Membuat Bahan Ajar Inovatif*. Yogyakarta: Diva Press.
- Rustan, Surianto. (2008). *Layout, Dasar & Penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Surianto. (2013). *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Safanayong, Yongki. (2006). *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta: ARTE INTERMEDIA.
- Santoso, Sigit. (2009). *Creative Advertising*. Jakarta: Gramedia.
- Seran, Engelbertha Noviani Bria & Tri Basuki Joewono. (2015). *Atribut Kualitas Pelayanan Angkutan Publik Di Kota Bandung*. Jurnal Teknil Sipil Vol. 11 No. 2.
- Setiawan, Ridwan, Abdul Azis Wahab dan Prayoga Bestari. (2021). *Kesadaran Masyarakat dalam Penggunaan Jasa Transportasi Publik Di Kota Bandung*. Jurnal Civicus 21 (1).
- Setyorini, Chrishanty Monica dan Sri Maharani Budi Haswati. (2020). *Perancangan Kampanye Sosial Bijak Menggunakan Listrik Rumah Tangga Di Kota Makassar*. *E-Proceeding of Art & Design*: Vol. 7, No. 2.
- Sudiana, Dendi. (2001). *Pengantar Tipografi*. Bandung: Rumah Produksi Dendi Sudiana.
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from The Worlds Most Innovative Advertising Agency*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukiman. (2012). *Pengembangan Media Pembelajaran*. Yogyakarta: Pedagogia

- Syakuntala, W. D., & Nurusholih, S. (2022). *Culinary Industry Digital Promotion Strategy for Generation Z on The Instagram Platform. Embracing the Future: Creative Industries for Environment and Advanced Society 5.0 in a Post-Pandemic Era*. 230 – 234.
- Temanbus. (2020). *Daftar Koridor & Halte*. Diakses pada <https://temanbus.com/bandung/> (25 Maret 2023, 14.00).
- Venus, Antar. (2004). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoretis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Wiryanto. (2005). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia.
- Widyaningrum, Damayanti. (2012). Penggunaan Daya Tarik Emosional pada Iklan Pajak di Televisi. *Jurnal AL-AZHAR INDONESIA SERI PRANATA SOSIAL* 1 (4): 252-253.
- Zed, Mestika. (2008). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.