

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, G. H. (2019). *Perancangan Informasi Agenda Tahunan Tomohon International Flower Festival melalui Media Infografis* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Arsyad, A. (2017). *Media Pembelajaran*. Jakarta : Rajagrafindo Persada.
- Aspara, J., Klein, J. F., Luo, X., & Tikkanen, H. (2018). *The dilemma of service productivity and service innovation: An empirical exploration in financial services*. *Journal of service research*, 21(2), 249-262.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Ayunia, et al. (2019). *Meditation With Sound of Nature Can Reduce Stress in Nursing Students*. *Jurnal Keperawatan Jiwa*, 7(2), 145–152.
- Djamaly, M. F, et al. (2024). *The Influence of Activity, Interest, Opinion (AIO), and Price Perception on the Decision to Watch a Film in the Cinema*. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 7(2), 2063-2073.
- Firmansyah, M. Anang. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Harsanto, P. W. (2019). *Fotografi desain*. PT Kanisius.
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. ALFABETA, cv.
- Hurriyati, Ratih. (2018). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta.
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital* (1st ed.). Penerbit ANDI.
- Ismianti, R., Putri, E., Lutfia, A., & Jamiati, K. N. (2023). *Analysis of Violations of the Advertising Code of Ethics in Advertising Spotify “Listening Is Everything”*. *Educationist: Journal of Educational and Cultural Studies*, 1(3), 263-268.
- Jong, H. (2023, 17 Agustus). *Jakarta snags ‘most polluted’ title as air quality plunges and officials dither*. Mongabay. Diakses dari

<https://news.mongabay.com/2023/08/jakarta-snags-most-polluted-title-as-air-quality-plunges-and-officials-dither/>

- Kaplanidou, K. & Vogt, C. (2003). *Destination branding: concept and measurement*. Diakses pada 29 Maret 2023.
- Kemenparekraf. (2023). *Buku Tren Pariwisata 2023*. Diakses pada 3 April 2023.
- Kertamukti. (2017). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, dan Anggaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. Harlow : Pearson Education Limited.
- Lazuardini, A., Alam, S., & Muthmainnah, L. (2023). *PERANCANGAN PROMOSI PRODUK FLUFFY BABY DIAPERS*. eProceedings of Art & Design, 10(6).
- Lanita, K. R. A., Natadjaja, L., & Febriani, R. (2019). *Perancangan Destination Branding Desa Wisata Pujon Kidul Malang Jawa Timur*. Jurnal DKV Adiwarna, 1(14), 11.
- Liantoni, F. (2022). *Fotografi*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Lestari, M. T. (2021). *Public Relations Event: Membangun Image, Reputasi dan Mutual Understanding*. Prenada Media.
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). *Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing*. JPS (Jurnal Perbankan Syariah), 1(1), 97-112.
- Maulida, D. (2019). *Tourism Destination Branding: Analisis Strategi Branding Wisata Halal "The Light of Aceh" (Studi Kasus pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh Tahun 2015-2016)*. SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi, 5(1).
- Musman, A. (2021). *Copywriting*. Yogyakarta: Penerbit Quadrant.
- Mutiah, D. (2023, 29 November). *Tren Pariwisata Hijau Makin Naik di 2024, Wisata Alam Makin Dilirik tapi Belum Digarap Optimal*. Liputan 6. Diakses dari <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5467658/tren-pariwisata-hijau-makin-naik-di-2024-wisata-alam-makin-dilirik-tapi-belum-digarap-optimal?page=2>

- Murdiyanto, E. (2020). *Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal)*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN “Veteran” Yogyakarta Press.
- Noor, A. (2013). *Manajemen Event Edisi Revisi*. Bandung: Alfabeta
- Nugraha, Jefri Putri, et al. (2021). *Teori perilaku konsumen*. Penerbit NEM.
- Pratiwi, S. A., & Hidayat, D. (2020). *Iklan Layanan Masyarakat COVID-19 Di Media Sosial dan Perilaku Masyarakat di Jawa Barat*. KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 17(02).
- Prayogo, Rangga Restu. (2018). *Perkembangan Pariwisata Dalam Perspektif Pemasaran*. PT Lontar Digital Asia: Bitread Publishing.
- Purboyo, & dkk. (2021). *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktis)*. Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Putri, Debi E, et al. (2021). *Brand Marketing*. Bandung: Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.
- Sari, I., Budi, S. M., & Pamela, A. W. (2023). *Perancangan Strategi Promosi Aplikasi Nyetakin Untuk Meningkatkan Pengguna Baru*. eProceedings of Art & Design, 10(2).
- Septiana, N. M., Artiningsih, D. W., & Hairudinor, H. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Pt Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Cabang Banjarmasin Samudera)*. Jurnal Bisnis Dan Pembangunan, 10(2), 24-37.
- Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual (F. M. Bayu Anangga (ed.))*. PT Kanisius
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D* (2nd ed.). Bandung: CV Alfabeta.
- Supriadi, Yadi. (2013). *Periklanan Perspektif Ekonomi Politik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Suwarna, R. (2023). *Collaborative Governance dalam Menciptakan Branding Kota Surakarta Sebagai Kota Festival*. Kolaborasi: Jurnal Administrasi Publik, 9(2), 160-184.

- Tisnadiwangsa, S. G., Soewardikoen, D. W., & Fauzy, M. T. (2021). *Perancangan Identitas Visual dan Media Promosi UMKM Sambal Bawang MM*. eProceedings of Art & Design, 8(6).
- Wahas, R., Alam, S., & Muthmainnah, L. (2023). *PERANCANGAN PROMOSI UNTUK UMKM JAJANAN SEHAT BELIMBING RASA DEWA DEPOK*. eProceedings of Art & Design, 10(6).
- Warnadi, S.E., M.Si , Aris Triyono, S.E., M. M., (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish, Jakarta.
- Yuhana, A. N., & Aminy, F. A. (2019). *Optimalisasi peran guru pendidikan agama Islam sebagai konselor dalam mengatasi masalah belajar siswa*. Jurnal Penelitian Pendidikan Islam, 7(1), 79.