

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, R. (2016). *Web Programming is Easy*. PT Elex Media Komputindo.
- Arsyad, A. (2002). *Media Pembelajaran* (1st ed.). PT. Raja Grafindo Persada.
- Dagun, S. M. (2006). *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*. Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara (LPKN).
- Dewi, Baiquni, & Fandeli. (2013). Pengembangan desa wisata berbasis partisipasi masyarakat lokal di Desa Wisata Jatiluwih. *Jurnal Kawistara*, 3.
- Diskominfo Kab. Bandung. (2023). *VISI DAN MISI DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN*. <https://ppid.bandungkab.go.id/file/dinas-pariwisata-dan-kebudayaan-visi-dan-misi-dinas-pariwisata-dan-kebudayaan>
- DISPARBUD. (2023). *Disbudpar Kabupaten Bandung*. <https://disparbud.bandungkab.go.id/site/index>
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, L. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF* (Y. Novita, Ed.). PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Hasan, A. (2015). *Tourism Marketing*. Center for Academic Publishing Service.
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif - ADVERTISING ERA DIGITAL* (D. Arum, Ed.). ANDI.
- Iswanto, R. (2023). Perancangan Buku Ajar Tipografi. *Nirmana*, 23(2), 123–129. <https://doi.org/10.9744/nirmana.23.2.123-129>
- izza. (2022, August 29). *BRAND ACTIVATION, STRATEGI DAN CONTOH KEGIATANNYA*. BIGEVO.
- Kurniawan, F. L., & Sayatman. (2018). Perancangan Maskot untuk Memperkuat Identitas Visual Kota Kediri. *JURNAL SAINS DAN SENI ITS*, 1.
- Ma'ruf, H. (2005). *Pemasaran Ritel*.
- nayy. (2023, August 30). *Jenis Tipografi*. Medium.
- Pasaribu, T. P. K., & Putranto, A. (2013). Peran Point of Purchase dalam Pembelian Tidak Terencana (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Peran Point of Purchase dalam Pembelian Tidak Terencana pada Pengunjung Carrefour Maguwo

- Yogyakarta). *Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.
- Pendit, N. S. (2006). *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. PT. Pradnya Paramita.
- Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). PENGEMBANGAN USAHA UMKM DI MASA PANDEMI MELALUI OPTIMALISASI PENGGUNAAN DAN PENGELOLAAN MEDIA DIGIT AL. *Kumawula*, 4, 108–123.
- Ramadhan, T. S. (2022). *DIGITAL MARKETING DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DAN SOCIETY 5.0* (Vol. 1). EUREKA MEDIA AKSARA.
- Rustan, S. (2013). *Mendesain LOGO Edisi 2013* (2013th ed.).
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati, Ed.). Penerbit KBM Indonesia.
- Said, A. A. (2017). *Mendesain Logo*. *Fakultas Seni Dan Desain Universitas Negeri Makassar*.
- Saputra, F. (2023, May 17). *Designer Wajib Tahu, Apa itu Color Theory?* Suitmedia.
- sejarah dan sosial. (2024). *Sejarah Seni Lukis Indonesia dan Perkembangannya hingga Kini*. Kumparan.Com.
- Sugito, Sairun, A., Pratama, I., & Azzahra, I. (2022). *MEDIA SOSIAL (Inovasi Pada Produk & Perkembangan Usaha)* . Universitas Medan Area Press.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*.
- Sunarya, I. D., & Muhartono, E. (2019). *Latar Belakang KOMPEPAR Giriharja*. <https://kompepargiriharja.wordpress.com>
- Suyasa, I. M., & Sedana, I. N. (2020). MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI MEDIA CETAK DI TENGAH GEMPURAN MEDIA ONLINE. *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 1.
- Swasty, W., & Utama, J. (2017). WARNA SEBAGAI IDENTITAS MEREK PADA WEBSITE. *Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University, Bandung*, 1–6.
- Tiffany, & Pradina Y.D. (2021). *Analysis of Brand Activation and Digital Media on the Existence of Local Product based on Korean Fashion (Case Study on Online Clothing byeol.thebrand)*. 115–125.

- Walisah, T. (2019). *AUDIENS DALAM PERIKLANAN: SEBAGAI TARGET MARKET*.
- WANAHDIE, M. R. (2019). ANALISIS STRATEGI POINT OF PURCHASE TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PADA KALMART BANJARBARU. *Mahasiswa Universitas Kalimantan Arsyad Al Banjari Banjarmasin Fakultas Ekonomi*.
- Yusup, N. R. (2023). Perancangan Strategi Promosi Destinasi Wisata Alam Situ Cileunca Pangalengan Kabupaten Bandung . *Universitas Telkom, S1 Desain Komunikasi Visual*.