

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Fahrudin. 2014. Pengantar Kesejahteraan Sosial. Bandung. Refika Aditama.
- Adiastari, R. (2010). Kajian mengenai kemampuan ruang terbuka hijau dalam menyerap emisi karbon di kota Surabaya. *Institut Teknologi Sepuluh Nopember*.
- Amalina, S., Wahid, F., Satriadi, V., Farhani, F. S., & Setiani, N. (2017, August). Rancang Purwarupa Aplikasi UniBook Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking. In *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATi)*.
- Arifien, A. A. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online (Study Kasus Pada Pengguna Jasa Transportasi Online Grab Di Kota Magelang)* (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Arumsari, R. Y., & Utama, J. (2018). Kajian Pendekatan Visual Iklan Pada Instagram. *Jurnal Bahasa Rupa*, 2(1), 52-58.
- F. W. Wirawan and P. D. Hapsari, "Analisis AISAS Model terhadap product placement dalam film indonesia Studi Kasus : Brand Kuliner di Film Ada Apa Dengan Cinta 2," *Jurna Rekam*, vol. 12, 2016.
- Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 1(1), 5-16.
- Gusanti, A. D., Larasati, B. S., Putra, N. K., Tyas, C., Sianipar, G. H., & Wulan, R. R. (2022). THE EFFECTIVENESS OF THE 'INGAT PESAN IBU' CAMPAIGN IN CHANGING LATE ADOLESCENT BEHAVIOR IN THE TOURISM AREAS OF BALI, BANDUNG, AND YOGYAKARTA.
- Hamad, K., Htun, P. T. T., & Obaid, L. (2021). Characterization of travel behavior at a university campus: A case study of Sharjah University City, UAE. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 12(June), 100488. <https://doi.org/10.1016/j.trip.2021.100488>
- Hapsari, I. A. (2014). Implementasi Fungsi Komisi Penyiaran Indonesia Dalam Mengontrol Tayangan Televisi Terkait Kampanye Partai Politik Menjelang Pemilu Ditinjau Dari Prinsip Kebebasan Berekspresi (Studi Kpid Daerah Istimewa Yogyakarta).
- Jaiz, Muhammad. 2014. Dasar-Dasar Periklanan. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Landa, R. (2013). *Graphic design solution fifth edition*

- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97-112.
- Marlina, Leni, et al. *DIGITAL MARKETING*. CV WIDINA MEDIA UTAMA, 2020.
- Muallimah, H. (2021). Kajian Penerapan Strategi Komunikasi AISAS Terhadap Perancangan Desain Komunikasi Visual. *Kreatif: Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental dan Inovatif*, 3(2), 1-10.
- Nathalia, K., & Anggraini, L. (2014). Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar panduan untuk pemula. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Nilamsari, N. (2014). Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif (Nomor 2). <http://fisip.untirta.ac.id/teguh/?p=16/>
- Nofriansyah, D. & Defit, S. (2017). Multi Criteria Decision Making (MCDM) pada Sistem Pendukung Keputusan. Deepublish.
- Pakdeewanich, C., Anantavasilp, I., & Tiyaratnatchai, R. (2023). Factors influencing the usage of bicycles on university campuses: A case study of universities in Thailand. *Case Studies on Transport Policy*, 14 (September), 101105. <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2023.101105>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. In salemba empat.
- Purnayanti, I. A. (2022). Strategi Diseminasi Kebijakan Uji Emisi Kendaraan Bermotor di Kota Bandung. *Konferensi Nasional Ilmu Administrasi*, 6(1), 322-326.
- Prasetyowati, A., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). Digital marketing.
- Ramadani, D. H., & Nugraheni, N. (2024). UPAYA PENINGKATAN PENDIDIKAN INDONESIA DALAM MENCAPAI TARGET SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs). *Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia (JPPI)*, 1(3), 126-132.
- Sadono, S., Zen, A. P., Yuningsih, C. R., Trihanondo, D., & Wiguna, I. P. (2021, March). Green areas mapping of Telkom University as a support towards green campus. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (Vol. 1098, No. 5, p. 052012). IOP Publishing.
- Siagian, S. P. (2007). Manajemen Stratejik (7 ed.).
- Soewardikoen, D. W. (2019). Metodologi Penelitian: Desain Komunikasi Visual. PT Kanisius.
- Soewardikoen, D. W. (2021). *Metodologi Penelitian: Desain Komunikasi Visual* (B. Anangga & F. Maharani, Ed.). PT. Kanisius.
- Swasty, W. (2016). Branding: Memahami dan merancang strategi merek. Bandung:

- PT Remaja Rosdakarya  
taupasar.com, "www.taupasar.com," 28 May 2020. [Online]. Available:  
<https://www.taupasar.com/2020/05/model-aidma-aida-hingga-aisas-dalam.html>.  
[Accessed 03 September 2021].
- Utoyo, Arsa, Widitiarsa. (2020). Analisis Komunikasi Visual Pada Poster Sebagai Media Komunikasi Mendorong Jarak Sosial Di Jakarta Saat Pandemi Covid 19. Jurnal Lugas: Bina Nusantara University. Vol .4, No.1, pp.35-42. <http://ojs.stiami.ac.id/lugasjournal@gmail.com/lugasjournal@stiami.ac.id>.
- Virginia and L. S. Wijaya, "Analisis AISAS Model Terhadap "BTS Effect" Sebagai Brand Ambassador dan Influencer," Journal Komunikasi, vol. 11, 2020
- Wahyuningsih, W. (2018). Millenium development goals (Mdgs) Dan sustainable development goals (Sdgs) dalam kesejahteraan sosial. BISMAMA: Jurnal Bisnis dan Manajemen, 11(3), 390-399.
- Xi, J., Zhao, Z., Li, W. & Wang, Q. (2016). A Traffic Accident Causation Analysis Method Based on AHP Apriori. Procedia Engineering, 680.
- Syahrul, Y. (2019). Penerapan design thinking pada media komunikasi visual pengenalan kehidupan kampus bagi mahasiswa baru stmik palcomtech dan politeknik palcomtech. Jurnal Bahasa Rupa, 2(2), 109-117.