

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. Ratnani, W. Setyobudi, and S. Rahayu, *Jejak sejarah Kuno Kabupaten Cilacap*, no. 51. 2020.
- [2] Disporapar, “Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata,” disporapar.cilacap.co.id. [Online]. Available: <https://disporapar.cilapkab.go.id/>
- [3] G. P. Pamungkas, A. A. Masruri, and T. S. Pitana, “Estetika Logo Magelang Kota Sejuta Bunga,” *DeKaVe*, vol. 11, no. 1, pp. 7–17, 2019, doi: 10.24821/dkv.v11i1.2484.
- [4] F. Yanti, Zubaidah, and S. Ahdi, “Perancangan Visual Branding Kota Sawahlunto,” *J. Desain Komun. Vis.*, vol. 4, pp. 1–20, 2015.
- [5] O. A. Prabowo, A. P. Kuntjara, and R. P. Sutanto, “Perancangan Visual Branding Desa Wisata Jambu Kabupaten Kediri,” *J. DKV Adiwarna*, vol. 1, no. 14, pp. 1–10, 2019.
- [6] H. C. Wijaya, E. H. Lukitasari, and A. Yulianto, “Jurnal Kemadha PERANCANGAN VISUAL BRANDING,” vol. 14, no. 1, pp. 10–22, 2024.
- [7] P. Logo and T. Jogja, “Rebranding Jogja”.
- [8] J. Tourism, “ENJOY JAKARTA.” [Online]. Available: <https://jakarta-tourism.go.id/>
- [9] Visitlumajang, “Lumajang Eksotik.” [Online]. Available: <https://www.visitlumajang.com/download-logo-city-branding-lumajang-eksotik/2216>
- [10] E. J. Mihardja, P. Mulyasari, T. Widiastuti, and B. K. Bintoro, *Strategi City Branding*, no. 1. 2020.
- [11] J. E. Spillan and J. R. Ramsey, *The Marketing Process*. 2019. doi: 10.4324/9780203729885-9.

- [12] S. Nugroho, “Manajemen Warna dan Desain,” pp. 001–280, 2015, [Online]. Available: https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=axKCCwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA27&dq=manajemen&ots=goAZEUucMJ&sig=qjZ66o3f17KoY0iCK2F_MvZ6xH8
- [13] S. N. Fadiah and Satriadi, “PERAN WARNA DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK VISUAL LOGO Syafiqah Nur Fadiah dan Satriadi,” *PARATIWI J. Seni Rupa dan Desain*, vol. 3, no. 2, pp. 126–134, 2024.
- [14] Priscilia Yunita Wijaya, “Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual,” *Nirmana*, vol. 1, no. 1, pp. 47–54, 1999, [Online]. Available: <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv/article/view/16040>
- [15] I. M. M. Mirza, “Efektifitas Implementasi Tipografi dalam Desain Grafis Berdasarkan Perspektif Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) di Indonesia,” *Visualideas*, vol. 2, no. 2, pp. 70–75, 2022, doi: 10.33197/visualideas.vol2.iss2.2022.908.
- [16] R. Surianto, *Mendesain Logo*.
- [17] K. Lynch, *The Image of the City*. 1960.
- [18] Mouwn Erland, *Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif*, no. March. 2020. doi: 10.31237/osf.io/jhxiuw.
- [19] Mudasir, *Wawancara dan Observasi*, no. July. 2024.
- [20] H. Hasanah, “TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial),” *At-Taqaddum*, vol. 8, no. 1, p. 21, 2017, doi: 10.21580/at.v8i1.1163.
- [21] A.- Marzali, “Menulis Kajian Literatur,” *ETNOSIA J. Etnogr. Indones.*, vol. 1, no. 2, p. 27, 2017, doi: 10.31947/etnosia.v1i2.1613.
- [22] A. Prasetyo, *Elisitasi Foto: Metode Pengumpulan Data Dalam Penelitian*

Visual, vol. 5, no. 3. 2020.

- [23] D. M. Sasoko and I. Mahrudi, “Teknik Analisis SWOT Dalam Sebuah Perencanaan Kegiatan,” *J. Perspektif-Jayabaya J. Public Adm.*, vol. 22, no. 1, pp. 8–19, 2023.
- [24] D. Cilacap, “Lambang, Motto, dan Sesanti,” cilacapkab. Accessed: Oct. 18, 2023. [Online]. Available: <https://cilacapkab.go.id/v3/lambang-motto-sesanti/>
- [25] Cilacapkab.go.id, “Pemerintahan Kabupaten Cilacap.” [Online]. Available: <https://cilacapkab.go.id/v3/>
- [26] A. Meilinda, Hairunnisa, and K. A. Sary, “Analisis Unique Selling Proposition pada Kegiatan Promosi Rumah Makan Geprek Express,” *Ilmu Komun.*, vol. 6, no. 2, pp. 28–42, 2018, [Online]. Available: ejournal.ilkom.fisip-unmul.org
- [27] A. Aggarwal and S. Commuri, *Brand Positioning*, no. September. 2023. doi: 10.4324/9781003457282-5.
- [28] I. Usman, “Komunikasi Visual Dalam Branding : Peran Desain Grafis Dalam Membangun Identitas Merek,” vol. 1, pp. 14–25, 2025.
- [29] H. Pranata, M. Ilham, and H. Malik, “TIPOGRAFI SEBAGAI BENTUK EKSPRESI VISUAL DALAM sebagai bentuk ekspresi visual dalam media cetak dan implementasi tipografi , di mana karakteristik unik dari,” vol. 2, no. 1, pp. 16–24, 2025.