

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. K. Suwena and I. G. N. Widyatmaja, *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan, 2010.
- [2] I. G. L. P. Tanaya, *Strategi Pengembangan Desa Wisata*. Jakarta: Ditjen PPMD Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi, 2019.
- [3] R. K. Judisseno, *Branding Destinasi dan Promosi Pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2019.
- [4] A. Wardhana, *Brand Image dan Brand Awareness*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2022.
- [5] S. T. Rahardjo, “Perancangan Branding Desa Wisata Rajek Wetan, Kelurahan Tirtoadi, Kecamatan Mlati, Kabupaten Sleman Yogyakarta,” *Dharma Bakti*, pp. 17–25, 2020, [Online]. Available: <https://ejournal.akprind.ac.id/index.php/dharma/article/view/2675>
- [6] W. Wibowo, “Rebranding Desa Wisata Kembang Arum untuk Meningkatkan Daya Saing Daerah di Bidang Pariwisata,” *DeKaVe*, vol. 10, no. 1, pp. 61–72, 2017, doi: 10.24821/dkv.v10i1.1768.
- [7] Meydiana, “Perancangan Identitas Visual Desa Wisata Kandri Semarang Dan Aplikasinya Pada Media Promosi,” *Arty J. Seni Rupa*, vol. 9, no. 1, pp. 41–52, 2019, [Online]. Available: <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/arti/article/view/40470/16754>
- [8] V. Moreva, “Social Media Tour Agency,” *behance.bet*, 2022.
- [9] D. Yang, “Wayfinding Design for Shenzhen Futian Mangrove Ecological Park,” *behance.bet*, 2021.
- [10] Kristianto, “Perancangan Identitas Visual Wisata Alam Kota Tasikmalaya – FSRD IKJ,” Institut Kesenian Jakarta, 2020. [Online]. Available: [https://senirupaikj.ac.id/ruang\\_pamer/desain-komunikasi-visual/perancangan-identitas-visual-wisata-alam-kota-tasikmalaya/](https://senirupaikj.ac.id/ruang_pamer/desain-komunikasi-visual/perancangan-identitas-visual-wisata-alam-kota-tasikmalaya/)
- [11] A. Wheeler, *Designing Brand Identity*, Fourth. New Jersey, 2013. [Online]. Available: <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- [12] D. W. Soewardikoen, *Metode Penelitian Visual*. Bandung: Dinamika Komunika, 2013.
- [13] D. E. Carter, *The New Big Book of Logos*. New York: HBI, 1998.
- [14] D. N. Fajar Paksi, “Warna Dalam Dunia Visual,” *IMAJI Film. Fotogr. Telev.*

- Media Baru*, vol. 12, no. 2, pp. 90–97, 2021, doi: 10.52290/i.v12i2.49.
- [15] S. Tinarbuko, *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra, 2009.
- [16] A. Musman, *Copywriting, Melejitkan Jualan Online dengan Kalimat yang Membujuk*. Yogyakarta: Psikologi Corner, 2021.
- [17] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta, 2013.
- [18] Salmaa, “Pengertian Subjek Penelitian: Ciri, Fungsi dan Contohnya,” *Deepublish*, 2021. <https://penerbitdeepublish.com/subjek-penelitian/> (accessed Dec. 12, 2022).
- [19] M. Mashuri and D. Nurjannah, “Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing,” *JPS (Jurnal Perbank. Syariah)*, vol. 1, no. 1, pp. 97–112, 2020, doi: 10.46367/jps.v1i1.205.
- [20] A. Moedasir, “USP adalah : Pengertian, Tujuan, Manfaat, dan Contoh,” 2022. <https://majoo.id/solusi/detail/usp-adalah> (accessed Dec. 13, 2022).
- [21] F. Himma, “Apa Itu Positioning? Simak Definisi dan Contohnya,” *majoo.id*, 2022. <https://majoo.id/solusi/detail/positioning-adalah> (accessed Dec. 13, 2022).
- [22] I. Kaya, “Hangatnya Masyarakat Desa Tertinggi di Pulau Jawa,” *indoensiakaya.com*. <https://indoensiakaya.com/pustaka-indonesia/hangatnya-masyarakat-desa-tertinggi-di-pulau-jawa/>
- [23] I. W. Karja, “Makna Warna,” *Institut Seni Indonesia Denpasar*, 2021. <https://e proceeding.isi-dps.ac.id/index.php/bdw>
- [24] I. Tjahjawan, *Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Institut Kesenian Jakarta, 2022.
- [25] G. Arifrahara, “Analisis Penggunaan Tipografi Spasial Sans Serif Dalam Ruang Publik Taman Tematik Kota Bandung,” *ANDHARUPA J. Desain Komun. Vis. Multimed.*, vol. 7, no. 01, pp. 92–104, 2021, doi: 10.33633/andharupa.v7i01.3804.
- [26] S. Aisyah, H. Hendra, P. Wilmar, B. Indonesia, Y. D. Rosita, and U. I. Majapahit, *Dasar-Dasar Periklanan*, no. April. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.