

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. R. Rosa, “Peranan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Pada Kesejahteraan Masyarakat Pedesaan Studi Pada Bumdes Di Gunung Kidul, Yogyakarta,” *Modus*, vol. 28, no. 2, p. 155, 2016, doi: 10.24002/modus.v28i2.848.
- [2] A. Rohmah, “Pandemi Covid-19 dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumen di Indonesia,” *J. Inov. Penelit.*, vol. 1, no. 3, pp. 1–4, 2020.
- [3] A. Karunia, Alimuddin, and N. Abdiansyah, “Perancangan Identitas Visual Destinasi Wisata Kawasan Teluk Youtefa Kota Jayapura.”
- [4] A. N. Panindias, “Identitas Visual Dalam Destination Branding Kawasan Ngarsopuro,” *Acintya*, vol. 6, no. 2, pp. 151–163, 2018.
- [5] S. Ramadeni and D. W. Soewardikoen, “Identitas Visual Dan Media Promosi Wisata Edukasi Jendela Alam,” *Desain Komun. Vis. Manaj. Desain dan Periklanan*, p. 113, 2017, doi: 10.25124/demandia.v2i01.767.
- [6] F. A. Alatas and W. Swasty, “Perancangan Identitas Visual Kawasan Agrowisata Belimbing Dewa Kota Depok,” *E-Proceeding Art Vis.*, vol. 7, no. 1, pp. 125–135, 2020, [Online]. Available: <https://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/view/11953>.
- [7] M. Khusni Muzzamil and T. Haryadii, “Perancangan Ulang Identitas Visual Desa Wisata Tempur Di Jepara Sebagai Bagian Dari Destination Branding,” vol. 4, no. 201933005, pp. 14–27, 2022, [Online]. Available: <http://kc.umh.ac.id/id/eprint/5541>.
- [8] A. Fandriansyah, “Perancangan Identitas Visual Pantai Sendiki Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness,” 2019.
- [9] B. A. Hananto, “Perancangan Logo Dan Identitas Visual Untuk Kota

- Bogor,” *Titik Imaji*, vol. 2, no. 1, pp. 19–32, 2019, doi: 10.30813/.v2i1.1525.
- [10] V. Septiani, “Perancangan Identitas Visual Kawasan Wisata Baturraden,” *Andharupa, J. Desain Komun. Vis. Multimed. Renta*, vol. 4, no. 2, pp. 207–220, 2018, [Online]. Available: <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/andharupa>.
- [11] B. Baker, *Destination Branding For Small Cities*. USA: Creative Leap Books, 2007.
- [12] E. Mogaji, “Brand Guideline,” pp. 1–9, 2004.
- [13] A. Kusrianto and A. Asrori, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2009.
- [14] I. G. N. Sriwitari, Ni Nyoman Widnyana, *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- [15] Y. Atmojo, “Perancangan Logo Dan Media Promosi Tercetak Obyek Wisata Guci Kabupaten Tegal,” 2017.
- [16] S. Darmaprawira, *Warna: Teori dan Kreativitas Penggunaannya*. Indonesia: ITB, 2002.
- [17] A. Kusrianto, *Pengantar Tipografi*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010.
- [18] R. Supriyono, *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2010.
- [19] S. Rustan, *Logo2021*. Jakarta: Nulisbuku Jendela Dunia.
- [20] D. A. Aaker, *Brand Portfolio Strategy: Creating Relevance, Differentiation, Energy, Leverage, and Clarity*. New York: Free Press, 2020.
- [21] F. Rangkuti, *The Power Of Brands*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama,

2002.

- [22] L. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Metodologi penelitian kualitatif, 2017.
- [23] S. Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta 2010, 2010.
- [24] H. Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- [25] L. Halim, A. Dekista, and B. Dian Arini, “Perancangan Identitas Visual Dan Sign System Objek Wisata Ladaya Tenggara.”
- [26] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung, Indonesia: CV Alfabeta, 2012.
- [27] T. R. Rohidi, *Metodologi Penelitian Seni*. Semarang: Cipta Prima Nusantara, 2011.
- [28] I. B. G. Pujaastawa, “Teknik Wawancara Dan Observasi Untuk Pengumpulan Bahan Informasi,” *Univ. Udayana*, p. 4, 2016, [Online]. Available:
https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_penelitian_1_dir/8fe233c13f4addf4cee15c68d038aeb7.pdf.
- [29] A. A. Cholid Narbuko, *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009.
- [30] F. Rangkuti, *SWOT–Balanced Scorecard*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.