

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

A.M., Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana

A.M., Morissan. (2014). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana

Anggraini, Lia dan Nathalia, Kirana. (2020). *Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia

Disjarahad. (2014). *Inventarisasi Museum Vira Jati Seskoad*. Bandung: Disjarahad

Kusrianto, Adi. (2009). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CV Andi Offset

Nazir, Moh. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia

Noor, Juliansyah. (2012). *Metodologi Penelitian; Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana

Pujianto. (2013). *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: Andi Offset

Safanayong, Rustan. (2006). *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta: Arte Intermedia.

Sihombing, Danton. (2015). *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Soewardikoen, D. Widiatmoko. (2013). *Metodologi Penelitian Visual*. Bandung: CV Dinamika Komunika.

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset

Swasty, Wirania. (2016). *Branding, Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset

Tamba, L. I. (2016). *Seskoad Sejarah Perkembangan dan Pengabdianya*. Bandung: Disjarahad.

Widyastuti, Sri. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta Selatan:

FEB-UP Press

Yananda, M. Rahmat dan Salamah, Ummi. (2014). *Branding Tempat; Membangun*

Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas. Jakarta Selatan : Makna

Informasi

Sumber Jurnal:

Hakim, A., & Rahman, Y. (2017). *PERANCANGAN MEDIA PROMOSI*

PERUSAHAAN ARNIS WIGATI (AW). Desain Komunikasi Visual, Manajemen

Desain Dan Periklanan (Demandia), , 37-48. doi:10.25124/demandia.v2i01.771

Oktavia, Fanny. (2019). *Studi Komparatif Mengenai Word of Mouth dan Minat Beli*

Pada Pusat Oleh-Oleh Pempek Candy dan Pempek Vico Palembang.

R. Y. Arumsari and J. Utama. *KAJIAN PENDEKATAN VISUAL IKLAN PADA*

INSTAGRAM. bahasarupa, vol. 2, no. 1, pp. 52-58, Oct. 2018.

Tohir, M., Seowardikoen, D.W (2015). *BODY AND LIFESTYLE AS AN*

ADVERTISING STRATEGY. 2nd International Conference on Creative

Industries “Strive to Improve Creativity” Bandung Creative Movement 2015,

Bandung, Indonesia, 8 – 9 September 2015. Telkom University.

Sumber Internet:

<https://kbbi.web.id/museum> diakses pada 14 Januari 2020 pukul 11.27 WIB

<https://kbbi.web.id/perpustakaan> diakses pada 26 Febuari 2020 pukul 19.05 WIB

<http://seskoad.mil.id> diakses pada 26 Febuari 2020 pukul 20.33 WIB

<https://kbbi.web.id/sejarah> diakses pada 10 Maret 2020 pukul 15.37 WIB

<https://kbbi.web.id/sesanti> diakses pada 11 Maret 2020 pukul 19.57 WIB

[https://www.solopos.com/minat-generasi-milineal-terhadap-sejarah-dan-budaya-rendah-
ini-buktinya-951575](https://www.solopos.com/minat-generasi-milineal-terhadap-sejarah-dan-budaya-rendah-
ini-buktinya-951575) diakses pada 5 Juni 2020 pukul 20.47 WIB