

DAFTAR PUSTAKA

- Yulianto, K. (2016). *Di balik pilar-pilar museum*. Jakarta: Wedatama Widya Sastra.
- Supriyono, Rakhmat (2010). *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi* (1st ed.) Yogyakarta: C.V. Andi Offset
- Soewardikoen, D. W. (2013). *Metodologi Penelitian Visual Dari Seminar Ke Tugas Akhir*. Bandung: CV Dinamika Komunika
- Swasty, Wirania (2016). *Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek* (1st ed.) Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Rustan, Suriyanto (2009). *Mendesain Logo* (1st ed.) Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Wijayanti, Titik (2017). *Marketing Plan! Dalam Bisnis* (3rd ed.) Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Pujiriyanto (2005). *Desain Grafis Komputer* (1st ed.). Yogyakarta: C.V. Andi Offset
- Safanayong, Yongky. (2006). *Desain-desain Komunikasi, Komunikasi Visual: Visual Terpadu* (2nd ed.) Jakarta: Arte Intermedia.
- Schultz, D. E., & Barnes, B. E. (1999). *Strategic Brand Communication Campaigns*. Lincolnwood: NTC Business Books
- Gelder, S. V. (2005). *Global Brand Strategy: Unlocking Branding Potential Across Countries, Cultures & Markets*. London: Kogan Page
- Anholt, S. (2003). *Brand New Justice: The Upside of Global Branding*. Amsterdam: Elsevier/Butterworth-Heinemann

Putra, R. P., & Razi, A. A. (2020). Value Proposition of Instagrammable Digital Tourism in Forming Brand Identity. In Proceedings of the 2nd Social and Humaniora Research Symposium (SoRes 2019) (pp. 163-166)

Yusantiar, R., & Soewardikoen, D. W. (2018). Perancangan Identitas Visual untuk Promosi Pariwisata Kabupaten Rembang. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 4(02), 207-220. doi: 10.33633/andharupa.v4i02.1626

Arumsari, R.Y., & Utama, J. (2018). Kajian Pendekatan Visual Iklan Pada Instagram. *Jurnal Bahasa Rupa*. Vol 02. No 01 (2018).