

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Gains, N. (2014). *Brand esSence: using sense, symbol, and tory to design brand identity*. KoganPage.
- Karyadi, B. (2017). *Fotografi: Belajar Fotografi*. Bogor: NahlMedia.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Dalam Periklanan*. Jakarta: Raka Grafindo Persada
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). *Principles of Marketing* (17th Global Edition ed.). New York: Pearson Education.
- Maharsi, I. (2016). *Ilustrasi*. Dwi-Quantum.
- Philip Kotler, G. A. (2016). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education.
- Putra, R. W. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalm Penerapan*. Yogyakarta: Andi.
- Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian DKV*. Bandung: PT Kanisius.
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *the Dentsu Way: Secrets of cross switch marketing from the worlds most innovative advertising agency*. New York: McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Dalam Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (hal. 91). Bandung: CV Alfabera.
- Swasty, W. (2016). *Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Swasty, W. (2017). *Serba Serbi Warna*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Sumber Jurnal

- Alfarisi, M. H., Soewardikoen, D. W., & Arumsari, R. Y. (2021). Identitas Visual dan Media Promosi Untuk Ikatan Beladiri Tsufuk Puteri Gading Indonesia. *e-proceeding of art & design*.
- Arvelina, R. D., Prabawa, B., & Adhika, F. A. (2021). Perancangan Visual Brand Communication Divisi Humas Polri. *e-Proceeding of Art & Design*.
- Darmalaksana, W. (2020). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan. *UIN Sunan Gunung Djati Bandung*.

- Dwinanda, G., & Nur, Y. (2020). Bauran Pemasaran 7P Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 122.
- Gusmarani, K., & Rajiyem. (2022). Strategi Komunikasi Internal Dalam Perubahan Organisasi di Masa Transisi Tahun 2019 - 2020. *Jurnal Manajemen Komunikasi*.
- Guzman, K. C. (2018). Strategi Komunikasi Eksternal Untuk Menunjang Citra Lembaga. *Economic Education Analysis Journal*.
- Hanidah, N. S. (2022). *Pengaruh Social Media Engagement Terhadap Reputasi PT Kereta Api Indonesia*. Bandung: Universitas Telkom, S1 Ilmu Komunikasi.
- Kelvin, & Hananto, B. A. (2020). Penggunaan Desain Karakter Sebagai Basis Identitas Visual Sebuah *Brand*. *Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur*.
- Kelvin, & Hananto, B. A. (2020). Penggunaan Desain Karakter Sebagai Basis Identitas Visual Sebuah *Brand*. *Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur*.
- Nugraha, A., Prabawa, B., & Bastari, R. P. (2020). Perancangan Visual *Brand Communication* Museum Provinsi Kalimantan Barat. *eProceedings of Art & Design*.
- Nugraha, D. A. (2022). Perancangan *Brand Communication* Libe Batik & Craft Kabupaten Tanggerang. *Universitas Telkom*.
- Prasetya, H. (2016). Analisis AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) pada Pengguna Asus Zenfone di Indonesia. *e-Proceeding of Management*, Telkom University.
- Putri, D. R., Masturo, A. N., haqiqi, A., & Jannah, N. M. (2022). Pendampingan dan Pengembangan UMKM di Kelurahan Kepanjenlor Melalui *Re-Branding*. *INCOME*.
- Rahmasari, D. (2019). MEMBANGUN *CUSTOMER ENGAGEMENT* DENGAN *BRAND EXPERIENCE* BERDASARKAN VISUAL *BRAND COMMUNICATION* DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) (Kasus Pada Konsumen Kosmetik di Kota Tasikmalaya). *Universitas Siliwangi*.
- Rianugrah, P. D. (2017). Perancangan Buku Fotografi Pasar Tradisional Berbasis Humanisme Sebagai Upaya Menyadarkan Empati Remaja Surabaya.
- Sitepu, S. J., fadilla, A. N., & Lukito, W. (2022). Perancangan Identitas Visual dan Media Promosi UMKM BPK Daud Sitepu Sebagai Makanan Khas Suku Karo. *e-proceeding of art & deisgn*.
- Suryanto, & Hasyim, N. (2022). Perancangan Motion Graphic Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand awareness* Klub Buku Narasi. *Jurnal Citrakara*.

Utami, M. A., Lestari, M. T., & Putri, B. P. (2016). ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SMB TELKOM UNIVERSITY . *e proceeding of management*.

Wibowo, M. H. (2022). Analisis *Brand Positioning* dan Strategi *Brand* Sepatu Lokal. *Universitas Telkom*.

Wiraman, F.W., & Hapsari, P.D. (2016). Analisis AISAS Model Terhadap Product Placement Dalam Film Indonesia Studi Kasus: Brand Kuliner di Film Ada Apa Dengan Cinta 2. *Rekam: Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi*, 12 (2), 69-81

Sumber Website

BPKP. (2020). *Tugas dan Fungsi*. Dipetik Oktober 22, 2022, dari [bpkp.go.id: https://www.bpkp.go.id/konten/1/Tugas-dan-Fungsi.bpkp](https://www.bpkp.go.id/konten/1/Tugas-dan-Fungsi.bpkp)

D'Angelo, C. (2022, April). *Everything You Need to Know About Brand Communication*. Dipetik April 12, 2023, dari [brandfolder: https://brandfolder.com/resources/brand-Communications/](https://brandfolder.com/resources/brand-Communications/)

Dinkominfo. (2021, Maret). *Medsos Tingkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Pemerintah*. Dipetik Juli 7, 2023, dari [Dinkominfo.banjarnegara.go.id: https://dinkominfo.banjarnegarakab.go.id/index.php/home/detail/324](https://dinkominfo.banjarnegara.go.id)

Jember, U. (2023, Mei Kamis). *Promosikan BPKP Ke Anak Muda, BPKP Jawa Timur Gandeng Universitas Jember*. Dipetik Juni 20, 2023, dari [dikti.kemdikbud.go.id: https://dikti.kemdikbud.go.id/kabar-dikti/kampus-kita/promosikan-bpkp-ke-anak-muda-bpkp-jawa-timur-gandeng-universitas-jember/](https://dikti.kemdikbud.go.id/kabar-dikti/kampus-kita/promosikan-bpkp-ke-anak-muda-bpkp-jawa-timur-gandeng-universitas-jember/)

Muchlisin, R. (2021, Juni). *Brand Communication (Pengertian, Aspek, dan Indikator)*. Dipetik Juni 21, 2023, dari [Kajianpustaka: https://www.kajianpustaka.com/2021/06/brand-Communication-pengertian-aspek.html](https://www.kajianpustaka.com/2021/06/brand-Communication-pengertian-aspek.html)

PPID. (2023, Juli). *Ringkasan Laporan Layanan Informasi 2023*. Dipetik Juli 5, 2023, dari [bpkp.go.id: https://eos.bpkp.go.id/ppid/public/laporan/ringkasan-layanan/2023](https://eos.bpkp.go.id/ppid/public/laporan/ringkasan-layanan/2023)

Saputra, B. (2023, Mei Kamis). *BPKP: Media perlu paham perbedaan peran BPKP dengan BPK*. (B. Situmorang, Editor) Dipetik Juni 7, 2023, dari [Antara News: https://www.antaraneews.com/berita/3555669/bpkp-media-perlu-paham-perbedaan-peran-bpkp-dengan-bpk#:~:text=%E2%80%9CKonteksnya%20ketika%20berbicara%20BPKP%20adalah,kata%20Eri%20di%20Jakarta%2C%20Rabu](https://www.antaraneews.com/berita/3555669/bpkp-media-perlu-paham-perbedaan-peran-bpkp-dengan-bpk#:~:text=%E2%80%9CKonteksnya%20ketika%20berbicara%20BPKP%20adalah,kata%20Eri%20di%20Jakarta%2C%20Rabu).

Sudirman, B. (2023, April Kamis). *Tipografi Dalam Proses Desain*. Dipetik Juli 7, 2023, dari Universitas Stekom: <https://teknik-informatika-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/Tipografi-dalam-Proses-Desain-Software/e3496776e8ae8e8eb76dcba797a46296c2f6f4d2>

Sumber Lainnya

BPKP. (2021). *Surat Keputusan Satuan Tugas Pengelolaan Reputasi BPKP*. Jakarta : BPKP Pusat.

BPKP. (2022). *Surat Edaran Tentang Strategi Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik BPKP Tahun 2022*. Jakarta: BPKP Pusat.

Oktaresa, B. (2022, November). (A. Larasanty, Pewawancara)