

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. (2011). Metodologi penelitian untuk public relations kuantitatif dan kualitatif. *Bandung: Simbiosis rekayasa media*.
- Arifrahara, G., & Widyatmoko, D. (2023). DESAIN DAN APLIKASI MARKA GRAFIS BERBASIS KAWASAN PROTOKOL KESEHATAN PENCEGAHAN COVID 19 DI SMA DAARUT TAUHIID BOARDING SCHOOL. *Jurnal Dimensi Seni Rupa dan Desain*, 19(2), 223–234.
- Asiani, F. (2020). *Persuasive copywriting: sebuah seni menjual melalui tulisan*. Anak Hebat Indonesia.
- Aulia, R., & Putro, W. R. (2021). *Sustainable Packaging Design (Studi Kasus Pengukuran Persepsi Desain Kemasan Produk Jamu Houseblend Suwe Ora Jamu)*.
- Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika. (2022, September 6). *Prakiraan Musim Hujan Tahun 2022/2023 di Indonesia*. Website. <https://www.bmkg.go.id/berita/?p=prakiraan-musim-hujan-tahun-2022-2023-di-indonesia&lang=ID&s=detil>
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Persentase Penduduk yang Mempunyai Keluhan Kesehatan Selama Sebulan Terakhir (Persen), 2020-2022*. <https://www.bps.go.id/indicator/30/222/1/persentase-penduduk-yang-mempunyai-keluhan-kesehatan-selama-sebulan-terakhir.html>
- Dewi, A. R. P., & Nurusholih, S. (2019). Perancangan Promosi Program Tematik Museum Gedung Sate. *eProceedings of Art & Design*, 6(2).
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital*. Andi Offset. <https://books.google.co.id/books?id=1wwVEAAAQBAJ>
- Jakwiba, A. R., Ilhamsyah, I., & Budi, S. M. (2022). PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI TOKO ROTI “CAP ROTI BUAYA” DI BANDUNG. *eProceedings of Art & Design*, 9(5).

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Vol. 1, Nomor 2). Jilid.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*. edisi.
- Kusrianto, A. (2013). *Pengantar tipografi*. Elex Media Komputindo.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2011). *Essentials of marketing*. Cengage Learning.
- Lister, M. (2009). *New media: A critical introduction*. Taylor & Francis.
- McQuail, D. (2012). *Teori Komunikasi Massa* (6 ed.). Salemba Humanika.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2018). *Advertising: Edisi Kedelapan* (Triwibowo B.S., Ed.; 8 ed.). Kencana.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Johannes, R., Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori perilaku konsumen*. Penerbit NEM.
- Pujiyanto. (2013). *Iklan Layanan Masyarakat*. Andi Offset.
- Ramadhani, H. M., Syafikarani, A., & Ningrum, N. N. (2023). PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI UNTUK MYMO BASO CEKER DI KOTA CIMAHI. *eProceedings of Art & Design*, 10(2).
- Rangkuti, F. (2013). *SWOT–Balanced Scorecard*. Gramedia Pustaka Utama.
- Setiadi, N. J., & SE, M. M. (2015). *Perilaku Konsumen: edisi revisi*. Kencana.
- Sido Muncul. (2022). *Laporan Keuangan*. Website. <https://investor.sidomuncul.co.id/id/financials.html>
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). Strategi promosi pemasaran. *Fkip Uhamka*, 7.
- Soewardikoen, D. W. (2021). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual–Edisi Revisi*. PT Kanisius.

- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The dentsu way: Secrets of cross switch marketing from the worlds most innovative advertising agency*. NY: McGraw-Hill.
- Tjahjawulan, I. (2019). *Metode Penelitian Desain Komunikasi Visual*.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran*. Andi Offset.
- Wahyuningsih, S. (2015). *Desain Komunikasi visual*. Madura: UTM Press.
- Wijayanti, T. (2014). *Marketing Plan! Dalam Bisnis (2 ed.)*. Elek Media Komputindo.