

Daftar Pustaka

- Aaker. (2016). In R. A. Fransisco J Lopez, *Online Brand Communities* (p. 90). London: Springer Intenational Publishing.
- Aisyah, S., Ali, Y., Sudarso, A., Sovianto, R., Sitanggang, F. A., Alfathoni, M. A., . . . Rosita, Y. D. (2021). *Dasar Dasar Periklanan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Asiani, F. (2020) *Persuasive Copywriting: Sebuah Seni Menjual Melalui Tulisan Anak Hebat Indonesia (Anak Hebat Indonesia)*.
- Amplify. (2023, Mei 6). *Article*. Retrieved from Ideoworks id: <https://ideoworks.id/mengenal-brand-activation-agency-cara-promosi-yang-tidak-membosan/>
- Annas Marzuki Sulaiman, d. (2023). *Dasar dan Penerapan Tipografi*. Kab Solok: Mitra Cendikia Media.
- kamera,B (2018) Keunggulan fuji film
<https://blog.bantenkamera.com/2018/07/kelebihan-kamera-fujifilm-dibanding-canon.html>
- Batey, M. (2016). Brand Meaning : Meaning, Myth And Mystique in Today's Brands. In M. Batey, *Brand Meaning : Meaning, Myth And Mystique in Today's Brands* (p. 58). New York: Routledge.
- Batey, M. (2016). Brand Meaning : Meaning, Myth And Mystique in Today's Brands . In M. Batey, *Brand Meaning : Meaning, Myth And Mystique in Today's Brands* (pp. 3-4). New York: Routledge.
- Fachmy Casofa, A. I. (2022). In A. I. By Fachmy Casofa, *Gerbang Kreativitas: Jagat Desain Grafis* (p. 32). Jakarta: Bumi Aksara.
- Faustyna. (2022). *Filsafat Komunikasi*. Medan: UMSU Press.
- Firdani, D., Hidayattuloh, M., & Ilhamsyah, I. (2023). PERANCANGAN STRATEGI BRANDING MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS DESA WISATA RAHTAWU. *eProceedings of Art & Design*, 10(6).
- Firmansyah, M. Anang. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Goodwin, G. (2023). *Creativity and Anxiety: Making, Meaning, Experience*. Aberystwyth: Palgrave Macmillan.
- Hilmi, M. (2022). In M. Hilmi, *Buku Ajar Pengantar Desain Komunikasi Visual* (p. 67). Pekalongan: Penerbit NEM.

- Huwaida, H. Z., Ariprahara, G., & Muthmainnah, L. (2023). PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI KREATIF MOCHI KASWARI BAKAT JAYA. *eProceedings of Art & Design*, 10(6).
- Ismayanti. 2010. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Grasindo
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif ADVERTISING ERA DIGITAL*. Penerbit Andi.
- Johansson. (2016). In R. A. Fransisco J Lopez, *Online Brand Communities* (p. 90). London: Springer Intenational Publishing.
- Judisseno, R. K. (2019). Branding Destinasi dan Pariwisata. In R. K. Judisseno, *Branding Destinasi dan Pariwisata* (p. 20). Jakarta: Gramedia.
- Keller. (2016). In R. A. Fransisco J Lopez, *Online Brand Communities* (p. 90). London: Springer Intenational Publishing.
- Kusrianto, A. (2010). *PENGANTAR TIPOGRAFI*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Penerbit Erlangga
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Marliani, N. (2015). PENINGKATAN KEMAMPUAN BERPIKIR KREATIF. *Formatif*, 17-18.
- Meilani, M. (2013). Teori warna: penerapan lingkaran warna dalam berbusana. *Humaniora*, 4(1), 326-338.
- Musman, A. (2021). *Copywriting*. Yogyakarta: Penerbit Quadrant
- Nursari, R., & Herlina, R. PERSONAL STRATEGY OF SELLING WIRANIAGA FUJIFILM BANDUNG BRANCHES IN PANDEMIC COVID-19 STRATEGI PERSONAL SELLING WIRANIAGA FUJIFILM CABANG BANDUNG DI MASA PANDEMI COVID-19.
- Pangestika, W. (2022, Desember 07). *Business Management*. Retrieved from Jurnal.id: <https://www.jurnal.id/id/blog/unsur-jenis-tujuan-dan-manfaat-branding/>
- Putra, R. W. (2020). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Yogyakarta: Andi.
- Undang Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia.
- Santi, I. H. (2020). ANALISA PERANCANGAN SISTEM. In I. H. Santi, *ANALISA PERANCANGAN SISTEM* (p. 12). Pekalongan: PT Nasya Expanding Management.

- Sari, I., Budi, S. M., & Pamela, A. W. (2023). Perancangan Strategi Promosi Aplikasi Nyetakin Untuk Meningkatkan Pengguna Baru. *eProceedings of Art & Design*, 10(2).
- Serrano. (2016). In R. A. Fransisco J Lopez, *Online Brand Communities* (p. 87). London: Springer Intenational Publishing.
- Sugiyono. (2013). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. ALFABETA.
- Suliantini, D. A. (2020). Media Promosi Produk Kerajinan Prakarya dan Kewirausahaan.
- Suprpto, R. (2019). ANALISA STRATEGI KREATIF PENDEKATAN UNIQUE SELLING PROPOSITION DALAM. *Jurnal Adat*, 59.
- Wisnu, D. (2022). *Dampak Pemasaran Sosial Media Terhadap Citra Merek*. Malang: Pustaka Peradaban.