

## DAFTAR PUSTAKA

- Cenadi, C. S. (1999). Elemen-elemen dalam desain komunikasi visual. *Nirmana*, 1(1).
- Chang, Candice (2014). *Touch Branding II*. Hongkong:: Artpower International Publishing Co., Ltd
- Desa Wisata Dayun,” 2022, <https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/dayun>
- Giovardhi, R. V. (2018). *Strategi Humas Pt. Wijaya Lestari Padalarang Dalam Branding Perusahaan (Studi Deskriptif Tentang Strategi Humas PT. Wijaya Lestari Padalarang dalam Branding Perusahaan Kepada Konsumen di Padalarang)* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Kurniawan, A., Kadarisman, A., & Hidayat, S. (2017). Perancangan Media Informasi Berkendara Untuk Pengguna Vespa Di Jakarta. *eProceedings of Art & Design*, 4(1).
- Linchy, Tom. (1989) *The Principles for Desktop Publishers*. London: Foresman and Company.
- Masganti, M., Wahyunto, W., Dariah, A., Nurhayati, N., & Yusuf, R. (2014). Karakteristik dan potensi pemanfaatan lahan gambut terdegradasi di Provinsi Riau. *Jurnal Sumberdaya Lahan*, 8(1), 133271.
- Morgan, N., Pritchard, A., Pride, M. (2004). *Destination branding: creating the unique destination proposition* (2nd edition). Oxford: Elsevier Butterworth Heinemann.
- Noviantarai, R. N., & Patria, A. S. (2020). Perancangan Brand Identity Serbuk Bawang Dayak Bunic. *BARIK*, 1(2), 247-260.
- Nugraha, A. E. S. (2023). *STRATEGI PERANCANGAN VISUAL BRANDING SEBAGAI MEDIA PROMOSI PASAR BEKONANG* (Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia Surakarta).
- Priyambudi, eko. (2018). PERANCANGAN DESTINATION BRANDING WISATA COBAN TALUN SEBAGAI UPAYA MEMBANGUN BRAND RECALL. Dalam PERANCANGAN DESTINATION BRANDING WISATA COBAN TALUN SEBAGAI UPAYA MEMBANGUN BRAND RECALL.
- Pujihastuti, I. (2010). Prinsip penulisan kuesioner penelitian. *CEFARS: Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*, 2(1), 43-56.
- RAHAYU, W. N. (2023). PENGGUNAAN INSTAGRAM@ DESA WISATA DAYUN SEBAGAI MEDIA PROMOSI OLEH KELOMPOK SADAR WISATA (POKDARWIS) DI KABUPATEN SIAK (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU).
- Rahman, J. B., Hidayat, S., & Desintha, S. (2022). PERANCANGAN MEDIA EDUKASI ANTI-CYBERBULLYING BAGI PENGGEMAR K-POP DI INDONESIA. *eProceedings of Art & Design*, 9(5).

- Rangkuti, F (2004). Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis. Jakarta: PT Gramedia.
- Rusadi, S., & Wedayanti, M. D. (2019). Strategi City Branding oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Siak dalam Peningkatan Daya Tarik Pariwisata. *WEDANA: Jurnal Kajian Pemerintahan, Politik dan Birokrasi*, 5(2), 16-21.
- Rustan, Suriyanto (2021). Logo 2021 Buku 1. Jakarta: CV. Nulisbuku Jendela Dunia.
- Rustan, Suriyanto (2021). Logo 2021 Buku 2. Jakarta: CV. Nulisbuku Jendela Dunia.
- Saprilla, R. B., & Hidayat, S. (2019). Perancangan Identitas Visual dan Media Informasi Kampung Batik Laweyan. *eProceedings of Art & Design*, 6(1).
- Soegijono, M. S. (1993). Wawancara sebagai salah satu metode pengumpulan data. *Media Penelitian Dan Pengembangan Kesehatan*, 3(1), 157152.
- Supriyono, Rakhmat (2010). Desain Komunikasi Visual - teori dan aplikasi. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Wahyuni, Vina. (2016). Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Air Manis Di Kelurahan Air Manis Kecamatan Padang Selatan Kota Padang [skripsi]. Program Studi Pendidikan Geografi. Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan (STKIP) PGRI Sumatera Barat. Padang .
- Williams, Robinson. (2015). *The non-designer's design book: Design and typographic principles for the visual novice*. Pearson Education.
- Yananda, M. R., & Salamah, U. (Eds.). (2014). Branding tempat: membangun kota, kabupaten, dan provinsi berbasis identitas. Makna Informasi. Jakarta: Makna Informasi