

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Fahrudin. 2014. Pengantar Kesejahteraan Sosial. Bandung. Refika Aditama.
- Adiastari, R. (2010). Kajian mengenai kemampuan ruang terbuka hijau dalam menyerap emisi karbon di kota Surabaya. *Institut Teknologi Sepuluh Nopember*.
- Amalina, S., Wahid, F., Satriadi, V., Farhani, F. S., & Setiani, N. (2017, August). Rancang Purwarupa Aplikasi UniBook Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking. In *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATi)*.
- Arifien, A. A. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online (Study Kasus Pada Pengguna Jasa Transportasi Online Grab Di Kota Magelang)* (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Arumsari, R. Y., & Utama, J. (2018). Kajian Pendekatan Visual Iklan Pada Instagram. *Jurnal Bahasa Rupa*, 2(1), 52-58.
- F. W. Wirawan and P. D. Hapsari, "Analisis AISAS Model terhadap product placement dalam film indonesia Studi Kasus : Brand Kuliner di Film Ada Apa Dengan Cinta 2," *Jurna Rekam*, vol. 12, 2016.
- Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 1(1), 5-16.
- Gusanti, A. D., Larasati, B. S., Putra, N. K., Tyas, C., Sianipar, G. H., & Wulan, R. R. (2022). THE EFFECTIVENESS OF THE 'INGAT PESAN IBU' CAMPAIGN IN CHANGING LATE ADOLESCENT BEHAVIOR IN THE TOURISM AREAS OF BALI, BANDUNG, AND YOGYAKARTA.
- Hamad, K., Htun, P. T. T., & Obaid, L. (2021). Characterization of travel behavior at a university campus: A case study of Sharjah University City, UAE. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 12(June), 100488. <https://doi.org/10.1016/j.trip.2021.100488>
- Hapsari, I. A. (2014). Implementasi Fungsi Komisi Penyiaran Indonesia Dalam Mengontrol Tayangan Televisi Terkait Kampanye Partai Politik Menjelang Pemilu Ditinjau Dari Prinsip Kebebasan Berekspresi (Studi Kpid Daerah Istimewa Yogyakarta).
- Jaiz, Muhammad. 2014. Dasar-Dasar Periklanan. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Landa, R. (2013). *Graphic design solution fifth edition*

- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97-112.
- Marlina, Leni, et al. *DIGITAL MARKETING*. CV WIDINA MEDIA UTAMA, 2020.
- Muallimah, H. (2021). Kajian Penerapan Strategi Komunikasi AISAS Terhadap Perancangan Desain Komunikasi Visual. *Kreatif: Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental dan Inovatif*, 3(2), 1-10.
- Nathalia, K., & Anggraini, L. (2014). Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar panduan untuk pemula. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Nilamsari, N. (2014). Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif (Nomor 2). <http://fisip.untirta.ac.id/teguh/?p=16/>
- Nofriansyah, D. & Defit, S. (2017). Multi Criteria Decision Making (MCDM) pada Sistem Pendukung Keputusan. Deepublish.
- Pakdeewanich, C., Anantavasilp, I., & Tiyyarattanachai, R. (2023). Factors influencing the usage of bicycles on university campuses: A case study of universities in Thailand. *Case Studies on Transport Policy*, 14 (September), 101105. <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2023.101105>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. In salemba empat.
- Purnayanti, I. A. (2022). Strategi Diseminasi Kebijakan Uji Emisi Kendaraan Bermotor di Kota Bandung. *Konferensi Nasional Ilmu Administrasi*, 6(1), 322-326.
- Prasetyowati, A., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). Digital marketing.
- Ramadani, D. H., & Nugraheni, N. (2024). UPAYA PENINGKATAN PENDIDIKAN INDONESIA DALAM MENCAPAI TARGET SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs). *Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia (JPPI)*, 1(3), 126-132.
- Sadono, S., Zen, A. P., Yuningsih, C. R., Trihanondo, D., & Wiguna, I. P. (2021, March). Green areas mapping of Telkom University as a support towards green campus. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (Vol. 1098, No. 5, p. 052012). IOP Publishing.
- Siagian, S. P. (2007). Manajemen Strategik (7 ed.).
- Soewardikoen, D. W. (2019). Metodologi Penelitian: Desain Komunikasi Visual. PT Kanisius.
- Soewardikoen, D. W. (2021). *Metodologi Penelitian: Desain Komunikasi Visual* (B. Anangga & F. Maharani, Ed.). PT. Kanisius.
- Swasty, W. (2016). Branding: Memahami dan merancang strategi merek. Bandung:

PT Remaja Rosdakarya

taupasar.com, "www.taupasar.com," 28 May 2020. [Online]. Available:
<https://www.taupasar.com/2020/05/model-aidma-aida-hingga-aisas-dalam.html>.

[Accessed 03 September 2021].

Utoyo, Arsa, Widitiarsa. (2020). Analisis Komunikasi Visual Pada Poster Sebagai Media Komunikasi Mendorong Jarak Sosial Di Jakarta Saat Pandemi Covid 19. Jurnal Lugas: Bina Nusantara University. Vol .4, No.1, pp.35-42. <http://ojs.stiami.ac.id/lugasjournal@gmail.com/lugasjournal@stiami.ac.id>.

Virginia and L. S. Wijaya, "Analisis AISAS Model Terhadap "BTS Effect" Sebagai Brand Ambassador dan Influencer," Journal Komunikasi, vol. 11, 2020

Wahyuningsih, W. (2018). Millenium development goals (Mdgs) Dan sustainable development goals

(Sdgs) dalam kesejahteraan sosial. BISMA: Jurnal Bisnis dan Manajemen, 11(3), 390-399.

Xi, J., Zhao, Z., Li, W. & Wang, Q. (2016). A Traffic Accident Causation Analysis Method

Based on AHP Apriori. Procedia Engineering, 680.

Syahrul, Y. (2019). Penerapan design thinking pada media komunikasi visual pengenalan kehidupan kampus bagi mahasiswa baru stmik palcomtech dan politeknik palcomtech. Jurnal Bahasa Rupa, 2(2), 109-117.