

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, S. (2022). Implementation of Green City Surabaya: Overcoming Challenges of Local-Global and Green Capitalism Development. *Jurnal Global & Strategis*, 16(2), 329–356. <https://doi.org/10.20473/jgs.16.2.2022.329-356>
- Arifianto, P. F. (2020). Komunikasi Visual Kuliner Banyumas Sebagai Media Pendukung City Branding “Better Banyumas.” *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 6(1), 63–72. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v6i1.2733>
- Arifianto, P. F. (2021). Peran Komunikasi Visual Media Sosial Pada Bisnis Pangan dan Kuliner di Tengah Pandemi Covid-19. *ARS: Jurnal Seni Rupa & Desain*, 24(2), 123–128. <https://doi.org/10.24821/ars.v24i2.5173>
- Azzahra, A. A., & Romadhona, M. (2022). Implementasi Desain Font “Kampung Lawas” pada Gapura sebagai Identitas Visual Kampung Lawas Maspati Surabaya. *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 3(1), 1–8. <https://doi.org/10.59997/amarasi.v3i01.1039>
- Bernarto, I., Berlianto, M. P., Palupi, Y. F. C., Masman, R. R., & Suryawan, I. N. (2020). The Influence of Brand Awareness , Brand Image , and Brand Trust on Brand Loyalty. *Jurnal Manajemen*, 24(3), 412–426. <https://doi.org/10.24912/jm.v24i3.676>
- BPK Jawa Timur. (n.d.). *Kota Surabaya*. Jatim.Bpk.Go.Id. <https://jatim.bpk.go.id/kota-surabaya/>
- Cahyaningtiyas, A., Wahab, A. A., & Fajri, A. (2023). Upaya Rebranding Produk Property Pada Perumahan dalam Meningkatkan Kredibilitas Pembeli pada PT. Cendana Indo Pratama. *INFEB: Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(1), 20–27. <https://doi.org/10.37034/infep.v5i1.193>
- Disbudporapar Surabaya. (n.d.). *Taman Hutan Raya Pakal*. Disbudporapar Surabaya. Retrieved October 16, 2024, from <https://tourism.surabaya.go.id/destination/65573dee-c256-4621-8972-f3546459a287>
- Disdukcapil Surabaya. (2022). *Proyeksi Penduduk Kota Surabaya 2023-2032*. Disdukcapil Kota Surabaya. <https://disdukcapil.surabaya.go.id/wp-content/uploads/2022/11/Proyeksi-Penduduk-2023-2032.pdf>
- Diskominfo Jatim. (2024). *Sepanjang Tahun 2023, Wisatawan yang Berkunjung ke Surabaya*

- Tembus 17,4 Juta*. Dinas Komunikasi Dan Informatika Provinsi Jawa Timur. <https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/sepanjang-tahun-2023-wisatawan-yang-berkunjung-ke-surabaya-tembus-17-4-juta>
- Dispendik Surabaya. (2018). *Setelah Lee Kuan Yew, Surabaya Kota Terbaik Yokatta Wonderful Indonesia Tourism Award 2018*. Dispendik Kota Surabaya. <https://dispendik.surabaya.go.id/setelah-lee-kuan-yew-surabaya-kota-terbaik-yokatta-wonderful-indonesia-tourism-award-2018/>
- Erlan. (2024). *Mengenal Wisata Alam Tahura Ir. H. Djuanda Bandung*. Rri.Co.Id. <https://www.rri.co.id/wisata/815716/mengenal-wisata-alam-tahura-ir-h-djuanda-bandung>
- Eva Y. (2020). *Suatu Pengantar: Metode dan Riset Desain Komunikasi Visual DKV*. Deepublish.
- Febriyantoro, M. T. (2020). Exploring YouTube Marketing Communication: Brand awareness , brand image and purchase intention in the millennial generation. *Cogent Business & Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1787733>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Foroudi, P. (2019). Influence of brand signature , brand awareness , brand attitude , brand reputation on hotel industry ' s brand performance. *International Journal of Hospitality Management*, 76, 271–285. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.05.016>
- Giannopoulos, A., Piha, L., & Skourtis, G. (2020). Destination branding and co-creation : a service ecosystem perspective. *Journal of Product & Brand Management*, 30(1), 148–166. <https://doi.org/10.1108/JPBM-08-2019-2504>
- Hananto, B. A. (2022). *Merancang Logo dan Identitas Visual*. Penerbit Fakultas Desain Universitas Pelita Harapan. https://issuu.com/aksa.dkv/docs/merancang_logo_dan_desain_identitas_visual
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2021). *Srategi Pemasaran: Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books. <https://drive.google.com/file/d/1lDxDrG0Kca2-uvSsCmGrn3HReNyMlud9/view?usp=sharing>

- Hereyah, Y., & Andriani, R. (2020). Gojek Re-Branding Menyasar Pangsa Pasar Milenial (Studi Kasus Rebranding Gojek). *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(2–3), 9–20.
- Judisseno, R. K. (2019). *Branding Destinasi dan Promosi Pariwisata*. PT Gramedia Pustaka Utama. <https://ipusnas2.perpusnas.go.id/book/10afd8a5-cce4-486f-a99b-aa5f6b858ecd>
- Kurniawan, D. (2020). *Surabaya Punya Taman Hutan Raya Baru, Apa Istimewanya?* Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/surabaya/read/4413027/surabaya-punya-taman-hutan-raya-baru-apa-istimewanya>
- Kusuma, A. H. P., Sudirman, A., Purnomo, A., Aisyah, S., Sahir, S. H., Rumondang, A., Salmiah, Halim, F., Wirapraja, A., Napitupulu, D., & Simarmata, J. (2020). *Brand Management : Esensi , Posisi dan Strategi* (A. Rikki (ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Kusuma, R. D., Purnomo, E. P., & Kasiwi, A. N. (2020). Analisis Upaya Kota Surabaya Untuk Mewujudkan Kota Hijau (Green City). *Dinamika: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 7(1), 13–27. <http://dx.doi.org/10.25157/dinamika.v7i1.3173>
- Michandani, E. S., & Arida, I. N. S. (2019). Perancangan Destination Branding Desa Wisata Kerta di Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 7(1), 111–117. <https://doi.org/10.24843/JDEPAR.2019.v07.i01.p17>
- Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 2010 Tentang Pengusahaan Pariwisata Alam Di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya, Dan Taman Wisata Alam, Pub. L. No. 36 (2010). <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/5048>
- Permana, R. D., & Widyastuty, A. A. S. A. (2021). Pola Persebaran Wisata Taman Dan Lingkungan Di Kota Surabaya. *Jurnal Plano Buana*, 1(2), 110–121. <https://doi.org/10.36456/jpb.v1i2.3533>
- Putra, R. W. (2020). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan* (E. Risanto (ed.)). CV ANDI OFFSET. <https://books.google.co.id/books?id=yQwVEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Roosa, M. (2022). *Semakin Asri! Ruang Terbuka Hijau di Surabaya Capai 22 Persen*. Suaraturabaya.Net. <https://www.suaraturabaya.net/kelanakota/2022/semakin-asri-ruang->

terbuka-hijau-di-surabaya-capai-22-persen/

- Ruiz-Real, L. J., Uribe-Toril, J., & Gazquez-Abad, J. C. (2020). Destination branding : Opportunities and new challenges. *Journal of Destination Marketing & Management*, 17. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100453>
- S. Anggraini, L., & Kirana, N. (2018). *Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar Panduan untuk Pemula* (5th ed.). Penerbit Nuansa Cendekia.
- Safri, M. (2023). Analisis Nilai Valuasi Ekonomi Kawasan Taman Hutan Raya Sultan Thaha Syaifuddin Kabupaten Batanghari dengan Pendekatan Travel Cost Method. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 12(02), 599–610. <https://doi.org/10.22437/jmk.v12i2.26454>
- Seputar Surabaya. (2024). *Taman Hutan Raya Pakal, Ruang Terbuka Hijau Super Luas di Kota Surabaya*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/seputar-surabaya/taman-hutan-raya-pakal-ruang-terbuka-hijau-super-luas-di-kota-surabaya-23XAuGazUey/full>
- Swasty, W. (2016). *Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek* (Nita (ed.)). PT Remaja Rosdakarya.
- Tim Wesfix. (2017). *Branding Itu “Dipraktekin”* (A. F. Susanto (ed.)). PT. Grasindo.
- Tinarbuko, S. (2015). *DEKAVE (Desain Komunikasi Visual)*. CAPS (Center for Academic Publishing Service). https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=zDi4EAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA154&ots=cSBDkRh6MV&sig=I22xA-UUEH5L-6TJc3xf86_4X5Q&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1990 Tentang Konservasi Sumber Daya Alam Hayati Dan Ekosistemnya, Pub. L. No. 5 (1990). <https://peraturan.bpk.go.id/Download/35455/UU-Nomor-5-Tahun-1990.pdf>
- Wahyuningsih, S. (2015). *Desain Komunikasi Visual* (2nd ed.). UTM PRESS.
- Wardaya, M. (2023). *Buku Ajar Mengenal Dasar Desain* (S. Megawati (ed.)). Penerbit Universitas Ciputra. https://www.google.co.id/books/edition/Buku_Ajar_Mengenal_Dasar_Desain/hW_LEA-AAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=buku+desain+komunikasi+visual+pdf&printsec=frontco

ver

Wheeler, A. (2018). *Designing Brand Identity* (5th ed.). John Wiley & Sons.