

BIBLIOGRAPHY

- Amalina, S., Wahid, F., Satriadi, V., Farhani, F. S., & Setiani, N. (2017). *Rancang Purwarupa Aplikasi UniBook Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking*. 50–55.
- Ariffudin, M. (2018). Konsistensi Identitas Visual: Kajian Visual Branding Media Publikasi Borobudur. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 2(2), 2580–8753.
- Arum, M., & Kirani, C. (n.d.). *Perancangan Graphic Standard Manual (GSM) sebagai Panduan Identitas Visual Eduwisata Bendosari Berbasis Teori Warna dalam Multimedia*.
- BPS. (2024). *Ekonomi Indonesia Tahun 2024 Tumbuh 5,03 Persen*. Badan Pusat Statistik Indonesia. 5 Februari 2025. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2025/02/05/2408/ekonomi-indonesia-tahun-2024-tumbuh-5-03-persen--c-to-c---ekonomi-indonesia-triwulan-iv-2024-tumbuh-5-02-persen-y-on-y---ekonomi-indonesia-triwulan-iv-2024-tumbuh-0-53-persen--q-to-q--.html>
- Dewi, N. A. (2023). Strategi Branding Pariwisata Indonesia melalui Wonderful Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi, Administrasi Negara Dan Hukum*, 1(1), 161–168. <https://doi.org/10.30656/senaskah.v1i1.234>
- Hasdian, A., & Setiyorini, H. P. D. (2017). Pengaruh Educational Tourism Experience Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Kampung Batu Malakasari. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 6(2), 1085. <https://doi.org/10.17509/thej.v6i2.5519>
- Hidayat, A. (2018). Teori Desain Dan Perencanaan Logo. *Program Studi Bisnis Digital*, 1–13. [file:///C:/Users/Adytia Reo/Downloads/teori desain logo.pdf](file:///C:/Users/Adytia%20Reo/Downloads/teori%20desain%20logo.pdf)
- Hidayat, D., & Alam, S. (2024). *Interaksi : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Perancangan Destination Branding dalam Mendukung Strategi Pemasaran Desa Wisata Karang Sidemen Interaksi : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 1(11), 78–84.
- Istiqlal, R. I., & Islam, M. A. (2024). *e-ISSN: 2747-1195 REDESIGN IDENTITAS VISUAL PT WANA SAKHI WILWATIKTA*. 6(2), 184–198.
- Khuni'ah. (2014). Pelestarian Dolanan Anak Tradisional Sebagai Atraksi Wisata Budaya Minat Khusus di Kota Surakarta. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, Vol. 9 No., 14–36.
- Maslahah, S. A., & Arifianto, P. F. (2024). DALAM PERANCANGAN MASKOT SEBAGAI IDENTITAS VISUAL PT COLAR CREATIV INDUSTRI (LIVING). *JURNAL SYNAKARYA*, Vol. 5 No., 53–68.
- Nirmala, B. P. W. (2024). *REDESIGN OF LOGO AND GRAPHIC : A REBRANDING*

APPROACH FOR JATILUWIH. 3(2), 51–58.

- Nofrizaldi, N., Arifianto, P. F., & Pertiwi, E. G. (2020). Analisis Tanda Visual Dalam Tagar Corona Art Museum. *Jurnal Bahasa Rupa*, 4(1), 42–49.
<https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v4i1.614>
- Putri, S. A., Umul, C., Nursyifani, C., & Syaputra, R. A. (2025). *DESTINATION BRANDING STRATEGY THROUGH CREATING A VISUAL IDENTITY BENDOSARI TOURISM VILLAGE-MALANG REGENCY*. 9(September), 91–102.
- Septiana, L. (2018). *Redesain Interior Cimahi Technopark*. 5(3), 3506–3519.
- Situmorang, M. T. N. (2023). Inovasi Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Sustainable Tourism. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 90–94.
<https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.105>
- Triputra, W. (2023). *Perancangan Rebranding Desa Wisata Sanankerto Kabupaten Malang sebagai Peningkatan Brand Awareness*.
- WTTC. (2024). *Travel & Tourism Economic Impact Research*. 2024.
<https://wttc.org/research/economic-impact>
- Zai, K. T. (2025). *Perancangan Visual Branding Desa Wisata Bawomataluo*. 5, 1–12.