

BIBLIOGRAPHY

- Aditia, Z. H. (2022). *PERAN MEDIA ONLINE TERHADAP BRAND AWARENESS PRODUK PAKAIAN DALAM MEREKRIDER*. 3(11), 64–79.
- Anang, S. (2018). *RJOAS*, 4(76), April 2018. 4(April), 253–263.
- Aulia, M. F., & Atmami, H. (2023). *SKEMA PERANCANGAN MEDIA VISUAL KAMPANYE (IDEOLOGICAL) BAGI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*. 6, 48–60.
- Avrilia, D. (2025). Design Thinking dan Inovasi. In *LPU-UNAS*.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2023). *Pemulihan Pariwisata Domestik Indonesia 2022*. Badan Pusat Statistik Indonesia. https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2023/05/02/2041/pemulihan-pariwisata-domestik-indonesia-2022-.html?utm_source
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Tuban. (2025). *Jumlah Wisatawan (Jiwa), 2024*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Tuban. <https://tubankab.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTg0IzI=/jumlah-wisatawan.html>
- Dewanti, A. C. (2020). KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK MENCIPTAKAN KESADARAN MEREK PADA TOKO DAN+DAN DI JABODETABEK. *ADVis*, 1, 43.
- Dewi, A. K. (2025). GESTALT (Teori dan Aplikasi dalam Desain). In *Pusat Penerbitan LP2MPP Institut Seni Indonesia Denpasar*.
- Dharmmesta, B. S. (1999). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia Vol 14 No . 3 Tahun 1999*. 14(3).
- Efendi, A. (2015). Dekonstruksi “Brand Strategy” Universitas Islam Negeri Alauddin. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 2(2), 1–14. <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/minds/article/view/4620>
- Fakhrudin, A., & Yudianto, K. (2021). Pengaruh brand equity (ekuitas merek) maskapai garuda indonesia terhadap loyalitas penumpang. *Inovasi*, 17(4), 690–700. <https://doi.org/10.30872/jinv.v17i4.10077>
- Hafizh Fitrianna, & Derista Aurinawati. (2020). Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo di Yogyakarta. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3, 409–418.
- Januaji, D. (2023). *Pengertian Logo: Jenis, Fungsi dan Kriteria Logo yang Efektif*. Accurate. <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-logo/>
- Julius, A. H., Ayu, D., & Agustin, C. (2022). *Strategi Copywriting dalam Meningkatkan Kerjasama Pada Telkom Indonesia*. 10(2), 1371–1382.
- Leaw, F. (2010). *SIGN SYSTEM KAMPUNG DAUN CULTURE GALLERY & CAFE SIGN SYSTEM KAMPUNG DAUN CULTURE GALLERY & CAFE*.
- Mayasari, I., Wijanarko, A., Risza, H., Kurniaty, D., NurliyaApriyana, Wiadi, I., & Chadijah. (2021). *BRANDING Konsep dan Studi Merek Lokal*.
- Nabila, N. I. (2018). *PENGARUH PERUBAHAN LOGO (REBRANDING) TERHADAP CITRA*

PERUSAHAAN PADA PT BANK BRI Tbk. 2(1).

- Niken, C., & Naafiani, H. (2011). Studi Tentang Antecedent Brand Attitude Dan Brand Equity (Penelitian Enpirik Iklan Tv Provider Gsm Prabayar Mentari Versi “Obral Obrol” Di Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 10(3), 256–269.
- Nurdiyanto A.D., & Purnomo M. (2020). PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK DAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP EKUITAS MEREK. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 7(3), 558–570.
- Nurjayanti, N., & Arifin, I. (2025). Implementasi Strategi Digital Branding Melalui Media Sosial Di Indonesia. *MITZAL (Demokrasi, Komunikasi Dan Budaya) : Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Ilmu Komunikasi*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.35329/mitzal.v10i1.6104>
- Nursabila, R., & Kusumandyoko, T. C. (2022). *PERANCANGAN SIGN SYSTEM DAN WAYFINDING*. 4(2), 65–75.
- Nurtiandriyani Simamora. (2025). Kunjungan Wisata Domestik Melonjak 25,93% pada Juni 2025, Tembus 105 Juta Perjalanan. In *KONTAN.CO.ID*. https://nasional.kontan.co.id/news/kunjungan-wisata-domestik-melonjak-2593-pada-juni-2025-tembus-105-juta-perjalanan?utm_source=chatgpt.com
- Pangestu, A. D., & Kusumasari, A. A. (2024). *Destination Branding Kampung Gerabah Pagelaran Kabupaten Malang*. 2(3), 36–44. <https://doi.org/10.37817/jurnaledukasidanmultimedia.v2i3>
- Prabandari, A. I. (2024). *Cara Membuat Logo: Panduan Lengkap untuk Pemula*. Liputan 6. https://www.liputan6.com/feeds/read/5763310/cara-membuat-logo-panduan-lengkap-untuk-pemula?utm_source=chatgpt.com
- Provinsi Jawa Timur. (2023). *Destinasi Wisata Jatim Jadi Favorit Wisatawan Nusantara*. Provinsi Jawa Timur. https://jatimprov.go.id/index.php/berita/destinasi-wisata-jatim-jadi-favorit-wisatawan-nusantara_biLL6955qyYang?utm_source
- Rita. (2020). BRAND EXPERIENCE. *Binus University Business School*. https://bbs.binus.ac.id/gbm/2020/04/13/brand-experience/?utm_source
- Sabilla, E. F. N., & Yuliana, L. (2025). (29-43)jmbm-review-assignment-1002-Article+Text-4191_komen. 7(1), 29–43.
- Sari, D. M. F. P. (2018). Brand Image dan Brand Awareness terhadap Customer Loyalty produk Smartphone. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 14–24. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen>
- Sari, Y. P., Graciafernandy, M. A., & Sudirman, A. (2021). *Loyalitas Pelanggan*. <https://repository.penerbiteureka.com/media/publications/567589-loyalitas-pelanggan-cb5e147a.pdf>
- Sitorus, S. A. (2020). Brand Image Dan Brand Awareness. *Brand Marketing: The Art of Branding, January*.
- Suwardikun, D. W. (2009). *Persuasi Melalui Ilustrasi dalam Iklan Cetak*. 3(2), 129–136.
- Utami, M. P., & Hardianti, H. (2024). Rancangan Destination Branding Kabupaten Wajo: Strategi

- Membangun Citra Destinasi Wisata Untuk Peningkatan Daya Tarik Pariwisata. *Jurnal Pariwisata ...*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.61696/juparita.v2i1.210>
- Varlina, V., & Wulandari, S. (2025). *Analisis Naratif Visual , Retorika Visual , dan Semantik Pada Sampul Tempo ‘ Gemoy - Gemoy Gaspol . ’* 13(April), 186–204.
- Wibawa, C., & Veronica. (2025). Strategi Optimalisasi Kuliner Lokal Dalam. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 9(1), 29–43.
- Wisnawa, I. M. B., Kartimin, I. W., & Hartini, N. M. (2022). Brand Dan E-Marketing Pariwisata. *Cv Budi Utama*, 167. <https://books.google.co.id/books?id=NRF2EAAAQBAJ>
- Yani, Aditya Rahman, D. A. N. (2018). *MERANCANG IKLAN Implementasi DKV Dalam Komunikasi Pemasaran*.
- Yani, A. R., Setiawan, B., Renzina, Y. D., Solicitor, A., & Rica, C. (2025). *Penguatan Brand UMKM “ Istana Buah ” Di Desa Trawas , Pendahuluan*. 5(3), 1217–1226.
- Yuda, M. S., Kurniawan, H. G., & Kristanto, H. (2024). Strategi Branding Berbasis Pengalaman Wisata Dalam Membangun Citra Destinasi Geopark Ciletuh-Pelabuhan Ratu. *Communication & Design Journal E*, 1(1), 3089–1523.
- Zai, K. T. (2025). Perancangan Visual Branding Desa Wisata Bawomataluo. *Jurnal Visual Ideas*, 5(1), 1–12. <https://doi.org/10.33197/visualideas.vol5.iss1.2025.2396>