

## DAFTAR PUSTAKA

- Nurkukuh, D. K. (2019). Konsep Penataan Reklame Koridor Jalan Affandi Yogyakarta Berdasarkan Persepsi Masyarakat. *Institut teknologi nasional Yogyakarta Vol . 2 No. 1*.
- Noviandy (2014). Persepsi Masyarakat Tentang Penggunaan Iklan Media Luar Ruang Terhadap Estetika Kota Samarinda. *E-journal ilmu komunikasi*.
- Nurhadi, Purwantara, P., & Khotimah, N. (2012). Kajian Spesial Keberadaan Reklame Luar Ruang Terhadap Etika Dan Estetika Ruang Publik Di Kota Yogyakarta. *Journal UNY Vol. 38 No.2*.
- Ariyanto (2014). Peran Ruang Publik Terhadap Pembentukan Koridor Jalan Patimura Kota Jepara. *Jurnal DISPROTEK Vol.5 No. 1*.
- Wiyanto, N., Dewi, C., & Irfandi (2020). Persepsi Masyarakat Tentang Pengaruh Reklame Terhadap Estetika Visual Kota. *Jurnal ilmiah mahasiswa arsitektur dan perencanaan Vol. 4 No 4*.
- Widyaningrum, D., Sudarsini, B., & Nugraha, A., L. (2017). Analisis Sebaran Reklame Billboard Terhadap Lokasi Dan Nilai Pajak Reklame Berbasis Sistem Informasi Geografis. *Jurnal Geodesi Undip Vol. 6 No 1*.
- Nopemberi, A., Suprpti, A., & Murtomo, B. A. (2015). Persepsi Masyarakat Terhadap Keberadaan Signage. *Teknik, ISSN 36 (1), 39-44*.
- Hasan, M. Iqbal. (2002). Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya. Jakarta; Ghalia Indonesia.
- Lee, Monle & Johnson Carla. (2004). Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global. Prenada Media.Jakarta.
- Terok, F. S R. P. (2015). Persepsi Masyarakat Terhadap Elemen Street Furniture Pedestrian Koridor Jalan Piere Tande Di Manado. *Jurnal Peradaban Sains, Rekayasa Dan Teknologi Sekolah Tinggi Teknik (STITEK) Bina Taruna Gorontalo Vol 3. No.2*.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung; Alfabeta,CV.