

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, G., Darmawan, F., & Marjuka, Y. M. (2017). Analisis AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) pada Pengunjung The Lodge Maribaya Lembang. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 5(2), 2339–1987.
- Belinda, A., & Loisa, R. (2019). Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Partipost). *Prologia*, 3(1). <https://teknologi.id/insight/negara-dengan-jumlah-pengguna-aktif-instagram->
- Duludu, U. A. T. A. (2017). *Buku ajar kurikulum bahan dan media pembelajaran pls*. Deepublish.
- Fariastuti, I., & Azis, M. A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Onefourthree. co Di Instagram Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 2(1), 54–69.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)* (1st ed.). Deepublish.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual* (1st ed.). Deepublish.
- Fujianto, R. Z., & Condra, A. (2020). Produksi dan Efektivitas Motion Graphic Sebagai Media Promosi Zetizen Batam POS. *Journal of Digital Education, Communication, and Arts*, 3(2), 104–123.
- Gunarsa, I. K. (2020). Metode Komunikasi Guna Mempromosikan Objek Wisata Gunung Payung Cultural Park di Desa Kutuh. *Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi*, 21(2), 51–58.
- Indriyani, E. (2021). Analisis Efektivitas Implementasi Pembelajaran Daring Dimasa Pandemi Covid-19 Pada Siswa SMA Kelas X Se-Kecamatan Mranggen Mata Pelajaran PJOK. *Journal of Physical Activity and Sports*, 2(1), 1–11.
- Iswandi, H. (2021). Peran dan Pengaruh Tampilan Desain pada Periklanan. *Besaung: Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 3(3).
- Kriyantono, R. (2013). *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktik*. Universitas Brawijaya Press.

- Listyawati, I. H. (2016). Peran Penting Promosi dan Desain Produk dalam Membangun Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1).
- Mahendra, R. (2019). Strategi Promotion Mix pada PT. Mizuho Balimor Finance. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 2, 914–918.
- Nurbani, S., & Dewi, N. A. R. (2019). Designing Verbal Message And Visual Media Of Quick Chicken. *6th Bandung Creative Movement International Conference in Creative Industries*, 6.
- Priyandhini, B., & Faradisa Mursyid, L. (2021). Peran Digital Media Planner dalam Menangani Brand Chocolatos Milk Melalui Aplikasi Tiktok di Dentsu X. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 4(1), 15.
- Putri, R. A., & Wirasari, I. (2019). Perancangan Promosi Produk Cololite. *E-Proceeding of Art & Design*, 6(2), 1482.
- Siskawati, I., & Yani, I. Y. (2021). Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Hijab Syar'i Azmah Muslimah. *Syiar / Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(1), 15–30. <https://doi.org/10.54150/syiar.v1i1.32>
- Wijiati, S. (2022). Pengaruh Manajemen Pemasaran Melalui Brand Power Sebagai Mediator Terhadap Pendapatan Perusahaan di Era Vuca. *Academia*.