

## DAFTAR PUSTAKA

Arumsari, R. Y., & Utama, J. (2018). KAJIAN PENDEKATAN VISUAL IKLAN PADA INSTAGRAM. *Jurnal Bahasa Rupa*, 2(1), 53.

AKHIR, P. K. T. 2020. PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI PATALI COFFEE BANDUNG.

Albrighton, T. (2014). *Copywriting Made Simple. The ABC of Copywriting*

Azhar Arsyad, *Media Pembelajaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hal. 3

Bagaskara, E. G. (2018). Penciptaan Seni Videografi Gaya Limited Animation 2d “Struggle” Video Animasi Dengan Isu Bunuh Diri. Masters thesis PPS IZI Yogyakarta, 1-2.

Bayu, A. (2016). PENGARUH ACTIVITIES, INTEREST, DAN OPINION TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMILIH STARBUKCS COFFEE PALEMBANG INDAH MALL SEBAGAI TEMPAT BERSANTAI.

Effendi, O. U., & Surjaman, T. (1986). *Dinamika komunikasi*. Remadja Karya.

Erlyana, Y., & Hansen, H. (2021). PELATIHAN FOTOGRAFI DAN VIDEOGRAFI SECARA VIRTUAL DALAM PENINGKATAN KEMAMPUAN DIRI PADA PANDEMIC COVID-19. *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, 5(1).

Hackley, Chris, Amy Rungpaka Hackley. 2018. “Advertising at the threshold: Paratextual promotion in the era of media convergence” *Marketing Theory* XX(X):1-21

Kotler, Philip. 2007. *Marketing Management*. Edisi Milenium, New Jersey: Prentice Hall Intl

Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CV Andi Offset

Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1).

Moriarty, S., Mitchell, N. & Wells, W., 2008. *Advertising (Vol. 8)*. s.l.:Prenadamedia Group.

MUFLIHUN, N. A. A. (2018). *PESAN HEADLINE DALAM SURAT KABAR (Analisis Pesan dalam Headline Surat Kabar Nasional Kompas, Jawa Pos, dan Republika Edisi 14 Mei 2018)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).

Nugraha, J. P. et al., 2021. *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.

NURSAIMAN, D. M. N. D. D., & Ds, M. (2017). *PERANCANGAN TIPOGRAFI BERKARAKTER PUNK. Deny M Normansyah 126010011* (Doctoral dissertation, Desain Komunikasi Visual).

Oktafiandi, I. (2018). Strategi kreatif iklan “Kisah Legenda Nusantara” dalam menumbuhkan brand awareness indoeskrim nusantara. *Jurnal Visi Komunikasi*, 17(1), 1-11

Oktavianus, Y. (2019). VIDEO PROMOSI WISATA KUAU KULIEK NAGARI SUNGAI BULUAH. 8(4), 2.

Prasetyo, H., & Rachmawati, I. (2016). ANALISIS AISAS (ATTENTION, INTEREST, SEARCH, ACTION, SHARE) PADA PENGGUNA ASUS ZENFONE DI INDONESIA. *e-proceeding of management*, 3(3).

Putri, W. (2019). *Esensi Pengalaman Para Pelaku Dunia Fotografi* (Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Sciences).

Sigit, Santosa. 2009. *Creative Advertising*. Jakarta : Elex Media Komputindo.

Soeharno, 2007. *Ekonomi Manajerial*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Tengku Firli Musfar, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi*

*Pokok Dalam Manajemen Pemasaran*, (Bandung : CV. Media Sains Indonesia, 2020),

hlm 146

Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Utami, M. A., Lestari, M. T., & Putri, B. P. S. (2017). Analisis strategi komunikasi pemasaran SMB Telkom University Tahun 2015/2016 melalui media sosial Instagram. *eProceedings of Management*, 3(1).

Virgorine, D. V., Utama, J., & Sumargono, I. (2019). PERANCANGAN PROMOSI SEPATU BATA POWER CONNECT BALANCE. *e-Proceeding of Art & Design*, 6(2).

Wicaksono, I. A., & Kahfi, R. (2019). Analisis Dan Usulan Strategi Bauran Ritel. *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 11(1).

Wiliam J Stanton (2010) Manajemen Pemasaran . Jakarta : Penerbit, Erlangga

Zafira, A., Karnadi, H., Renaningtyas, L., & Mardiono, B. (2019).  
PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PROMOSI PRODUK BUSANA  
“FERVOIRE”. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(14), 9.