

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Y., Mulyati, T., & Yunansah, H. (2021). *Pembelajaran literasi: Strategi meningkatkan kemampuan literasi matematika, sains, membaca, dan menulis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Agustim, W. (2015). Analisis Segmentasi, Targeting Dan Positioning Melalui Program Siaran pada Radio Mitra 97.0 Fm. *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 3(1), 27-36.
- Aoun, J. E. (2017). *Robot-proof: Higher education in the age of artificial intelligence*. Robot-Proof: Higher Education in the Age of Artificial Intelligence. <https://doi.org/10.1080/02607476.2018.1500792>
- Baskara, I. W. D., Wibawa, A. P., & Putraka, A. N. A. (2022). *Perancangan Desain Komunikasi Visual untuk Mempromosi Kopi Bubuk Bali Cap Mutiara Desa Batungsel, Kecamatan Pupuan, Kabupaten Tabanan*. *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 3(1), 41-50.
- Banjarnahor, A. R., Purba, B., Sudarso, A., Sahir, S. H., Munthe, R. N., Kato, I., & Hasyim, H. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Clark, Ruth C., Lyons, Chopeta. (2011). *Graphics for Learning: Proven Guidelines for Planning, Designing, and Evaluating Visuals in Training Materials*. SECOND EDITION. San Fransisco: Pfeiffer
- Davenport, Thomas H., and D. J. Patil. *Data Scientist: The Sexiest Job of the 21st Century*. Harvard Business Review 90, No. 10 (October 2012): 70–76.
- De, S. M. (2015). *Information 2.0: New Models of Information Production, Distribution and Consumption*. Facet Publishing.
- Deuze, M. (2021). *On The 'grand Narrative' of Media and Mass Communication Theory and Research: A Review*. *El Profesional De La Información*, 30(1) <https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.05>
- Effendy, Onong. 2003. *Ilmu Komunikasi dan Teori Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya
- Ferbita, Lyra V., Setianti, Y., Dida, S., (2020). *Strategi Digital Branding Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) Melalui Media Sosial*. *ACTA DIURNA | VOL. 16 NO.2*, 114
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.
- Giantika, G. G. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Zoya Melalui Instagram @zoyalovers (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @zoyalovers)*. *Jurnal Komunikasi*, 11(1).

- Handajani, S. R., & Mid, M. (2016). *Komunikasi dalam praktik kebidanan*. Kemenkes RI
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15thn Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall. Inc.
- Kreling, R., Meier, A., & Reinecke, L. (2022). *Feeling Authentic on Social Media: Subjective Authenticity Across Instagram Stories and Posts*. *Social Media+ Society*, 8(1), 20563051221086235.
- Kurniawati, R. P. (2016). *Pembelajaran Berbantuan Multimedia Berdasarkan Cognitive Load Theory Pada Pelajaran Matematika SD*. *Premiere Educandum: Jurnal Pendidikan Dasar dan Pembelajaran*, 4(01).
- Kuswanti, A., & Oktarina, S. (2019). *Pemanfaatan Media Informasi di Era Digital Bagi Kemandirian Ibu Rumah Tangga*. *Suluh Pembangunan: Journal of Extention and Development*, 1(1), 47-55.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Lesmana, G. (2013). *Perancangan Media Kampanye Sosial Free Ears to Hears*. Skripsi, Universitas Multimedia Nusantara.
- Lestari, G. T., & Ali, D. S. F. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Disporaparbud Kabupaten Purwakarta Melalui Media Aplikasi Sampurasun Dalam Mempromosikan Pariwisata*. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 1-10.
- Liliweri, A. (2017). *Komunikasi Antar Personal*. Prenada Media.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. 1st edition. Yogyakarta, Cakra Ilmu.
- Mukarom, Z. (2020). *Teori - Teori Komunikasi*. Jurusan Manajemen Dakwa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung
- Murdowo, D., Rachmawati, R., Adriyanto, A. R., & Prahara, G. A. (2021). *Perancangan prototipe mobile learning "wawasan kebangsaan" berbasis android bagi milenial sebagai solusi pembelajaran situasi pandemi*. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 7(2), 375-388.
- Nandaryan, N. W., Santosa, N. A., Putra, I. P. D. A., (2021). *Analisis Desain Konten Instagram sebagai Strategi Promosi @sayurboxbali*. *Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA) SENADA*, Vol.4, 407
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Persfektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, N., Tawakkal, T., & Jannah, M. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi Perpustakaan di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Bulukumba*. *Jurnal Ilmu Perpustakaan (Jiper)*, 4(1).

- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books
- Nurahma, G. A., & Hendriani, W. (2021). *Tinjauan sistematis studi kasus dalam penelitian kualitatif*. *Mediapsi*, 7, 119-29.
- OECD (2019), *PISA 2018 Results (Volume I): What Students Know and Can Do*, PISA, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/5f07c754-en>.
- Purba, B., Banjarnahor, A. R., Kurniullah, A. Z., Handiman, U. T., Setiawan, Y. B., Hastuti, P., & Jamaludin, J. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Ramadhan, A., & Sofiyah, F. R. (2013). *Analisis SWOT Sebagai Landasan dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Mcdonald's Ring Road)*. *Jurnal Media Informasi Manajemen*, 1(4).
- Rangkuti, F. 2004, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, PT. Graedia, Jakarta
- RISTEKDIKTI. (2018). *Pengembangan Iptek dan Pendidikan Tinggi di Era Revolusi Industri 4.0*.
- Rosini, R., & Nurningsih, S. (2018). *Pemanfaatan Media Sosial untuk Pencarian dan Komunikasi Informasi Kesehatan*. *Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 14(2), 226-237.
- Sachari, A., Hardani, W. (2005). *Metodologi penelitian budaya rupa*. Jakarta: Erlangga,
- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). *Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi Edukasi*. *Persepsi: Communication Journal*, 3(1), 23-36.
- Supriyono, R. (2010). *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Suswanto, P., Setiawati, Sri Dewi. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning Ditengah Pandemi Covid-19 di Indonesia*. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi* E-ISSN : 2614-0381, ISSN : 2614-0373 VOLUME 3, No. 2, 16
- Swarjana, I. K., & SKM, M. (2022). *Populasi-Sampel, Teknik Sampling & Bias Dalam Penelitian*. Penerbit Andi.
- Treem J. W., Leonardi P. M. (2013). *Social Media Use in Organizations: Exploring The Affordances of Visibility, Editability, Persistence, and Association*. *Annals of The International Communication Association*, 36(1), 143–189. <https://doi.org/10.1080/23808985.2013.11679130>
- Ulfa, R. (2021). *Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan*. *AL-Fathonah*, 1(1), 342-351.
- Ulum, F. & Setiadi, G. (2019). *Peranan Teori Kultivasi Terhadap Perkembangan Komunikasi Massa di Era Gobalisasi*. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(1), 44–50.

- Vebrianto, R., Thahir, M., Putriani, Z., Mahartika, I., & Ilhami, A. (2020). *Mixed Methods Research: Trends and Issues in Research Methodology*. Bedelau: Journal of Education and Learning, 1(2), 63-73.
- Vernia, D. M. (2017). *Optimalisasi Media Sosial sebagai Sarana Promosi Bisnis Online bagi Ibu Rumah Tangga untuk Meningkatkan Perekonomian Keluarga*. Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Ekonomi. 1(2):105-118
- Wahyuningsih, S., & Sos, S. (2015). *Komunikasi visual*. Universitas Trunojoyo Madura
- Wagiu, R. R. (2022). *Proses Kreatif Desain Grafis Pada Program Podcast Commtalk Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang*. Undergraduate (S1) Thesis, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Warter, Agustim. (2017). *Analisis Segmentasi, Targeting dan Positioning melalui Program Siaran pada Radio Mitra 97.0 FM*. Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi 4(1):30 doi:10.33366/Ref.V4i1.514
- Widjaja, G. (2022). *What Experts Tell about Integrated Marketing Communication for Effective Business Promotion and Sale Strategy*. Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE), 5(1), 48-62. <https://doi.org/10.31538/ijse.v5i1.1661>
- Widya, L. A. D., & Darmawan, A. J., (2016). *Pengantar Desain Grafis. Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan*. Ditjen Paud Dan Dikmas, Kemendikbud RI.
- Winarti, C. (2021). *Pemanfaatan Sosial Media oleh UMKM Dalam Memasarkan Produk di Masa Pandemi Covid-19*. Universitas Tanjungpura, 195-206.
- Wita, P. L. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Yoichiz*. Tesis, Universitas Telkom
- Yunita, S. (2008). *Analisis Positioning Produk Hand and Body Lotion Citra di Kabupaten Gresik*. Doctoral dissertation. Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Zimmer, F. & Scheibe, K. & Stock, W. (2018). *A Model for Information Behavior Research on Social Live Streaming Services (Slsss)*. 10.1007/978-3-319-91485-5\_33.
- <https://datascience.or.id/>  
Visi Misi komunitas Data Science Indonesia diakses pada 20 April 2022
- <https://datareportal.com>  
Data Pengguna Instagram di Indonesia diakses pada 30 Juni 2022
- <https://apjii.or.id/survei>  
Data Survei Profil Internet Indonesia 2022 diakses pada 30 Oktober 2022
- <https://invisionapp.com>  
Artikel Golden Ratio diakses pada pada 3 Januari 2023