

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, F. (2018). Optimalisasi Web Design STMK Trisakti Berdasarkan Layout and Composition. *Magenta| Official Journal STMK Trisakti*, 2(1), 257-270.
- Anto, P., Andrijanto, M. S., & Akbar, T. (2017). Perancangan buku pedoman umum ejaan bahasa Indonesia sebagai media pembelajaran di sekolah. *Jurnal Desain*, 4(02), 92-99.
- Astuti, E. R. W. (2021). Analisis Penerapan Prinsip Layout pada Visual Konten Instagram Penerimaan Mahasiswa Baru Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Pasuruan Tahun 2021. *Dimensi: Jurnal Ilmiah Komunikasi dan Seni Desain Grafis*, 2(02), 126-135.
- Arifin, Anwar. 1994. Strategi Komunikasi. Bandung: Armico.
- Arikunto, S. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Ariani, A., & Banjarnahor, D. N. (2018). Pengaruh tampilan dan konten terhadap efektivitas promosi melalui website pada PT. Elegant tour and travel medan. *Media Wisata*, 16(2).
- Ariyadi, W. (2020). *Jurus Jitu Menguasai Copywriting: Strategi Sukses Membangun Bisnis dan Meningkatkan Pemasaran*. Anak Hebat Indonesia
- Aulia, R. (2021). Kajian Efektivitas Ornamen Gigi Balang Sebagai Identitas Infrastruktur Kota Jakarta, 6(01), 45-65
- Batubara, H. H., & Ariani, D. N. (2016). Pemanfaatan video sebagai media pembelajaran Matematika SD/MI. *Muallimuna*, 2(1), 47-66.
- Berna, Partal. 2022. What is a Seasonal Campaign? 11 Seasonal Marketing Ideas. Diambil dari <https://popupsmart.com/blog/seasonal-campaign>.
- Budiman, H. (2016). Penggunaan media visual dalam proses pembelajaran. *Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam*, 7(2), 171-182.
- Cangara, H. Hafied. 2018. Pengantar Ilmu Komunikasi. Edisi Ketiga. Cetakan 18. Depok: Rajawali Pers.
- Campbell, K. S., Naidoo, J. S., & Campbell, S. M. (2020). Hard or soft sell? understanding white papers as content marketing. *IEEE Transactions on Professional Communication*, 63(1), 21-38. doi:10.1109/TPC.2019.2961000

- Citra, E., Sampurno, S., Andayani, N., & Ratih, D. (2019). PENGARUH Promosi Above The Line Dan Kesadaran Merk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Madu Tj. *Healthy Tadulako Journal (Jurnal Kesehatan Tadulako)*, 5(3), 55-63.
- Dharmawan, A., & Sitorus, A. F. (2019). Studi Komparatif User Experience Desain Antar Muka Pengguna Aplikasi Mobile Berdasarkan Elemen Desain Studi Kasus Aplikasi Grab Dan Gojek. *Jurnal Sistem Informasi*, 1(2), 15-24.
- Fitriah, Maria. (2018), Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual. Yogyakarta: Deepublish
- Glenaldo, Calvin, Wegigi Murwonugroho, Agung Eko Budi Waspada. 2022. "Perancangan Booth Pada Pameran Gaikindo Indonesia International Auto Show (Giias) Sebagai Brand Image Pt Nissan Motor Indonesia" dalam jurnal Seni & Reka Rancang Vol. 4, No.2, hal 153-170
- Harsanto, Prayanto (2019). Fotografi Desain. Yogyakarta: PT KANISIUS.
- Ilhamsyah (2021) Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital, Yogyakarta: Penerbit Andi
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. 2014. Principle of Marketing, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Luntungan, W. G., & Tawas, H. N. (2019). Strategi Pemasaran Bambuden Boulevard Manado: Analisis SWOT. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4).
- Monica, M. (2010). Pengaruh Warna, Tipografi, dan Layout pada Desain Situs. *Humaniora*, 1(2), 459-468.
- Monica, M., & Luzar, L. C. (2011). Efek warna dalam dunia desain dan periklanan. *Humaniora*, 2(2), 1084-1096.
- Mueller, Barbara (1987), "Reflections of Culture: An Analysis of Japanese and American Advertising Appeals," *Journal of Advertising Research*, 27 (3), 51-59
- Moriarty, S. (2019). Advertising: Principles and Practice. Pearson Education Limited.

- Muallimah, H. (2021). Kajian Penerapan Strategi Komunikasi Aisas Terhadap Perancangan Desain Komunikasi Visual. *Kreatif: Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental Dan Inovatif*, 3(02), 1–10.
- Ramdan, Aldi. 2019. “Perancangan Visual Branding Identity Clothing Visible Supply” dalam jurnal *Dasarupa: Desain dan Seni Rupa* Vo. 1, No.3 Desember 2019, hal 23-36
- Santoso, E. D., & Larasati, N. (2019). Benarkah Iklan Online Efektif Untuk D Digunakan Dalam Promosi
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
- Sarastuti, D. (2017). Strategi komunikasi pemasaran online produk busana muslim queenova. *Visi Komunikasi*, 16(01), 71-90.
- Triadi,D., & Bharata,A.S (2010). *Ayo Bikin Iklan: Memahami Teori & Praktek Iklan Media Lini Bawah*. Elex Media Komputindo.
- Promosi Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(1), 28-36.
- Shimp,T. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta:Erlangga
- Tasruddin, R. (2015). Strategi Promosi Periklanan yang Efektif. *Jurnal Al-Khitabah*, 2(1).
- Utama, J. & Aulia, R. (2021). Kajian Pendekatan Strategi Kreatif Produk yang Menggunakan Isu Covid-19 Sebagai Ide Besar Pada Iklan Audio Visual di Masa Pandemi. 5(1), 59-68