

## DAFTAR PUSTAKA

---

- [1] Putri Fauziah Sri Indrapura and M. Darul, "ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING DI PERUSAHAAN CIPTA GRAFIKA," *Jurnal Economina*, vol. 2, no. 8, pp. 1970–1978, Aug. 2023, doi: <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.699>.
- [2] Wahyudi Wahyudi, Mukrodi Mukrodi, Endang Sugiarti, I Nyoman Marayasa, and Syamsi Mawardi, "MENGENAL PEMASARAN DIGITAL DAN MARKET PLACE: Solusi Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, vol. 2, no. 1, pp. 44–53, Jan. 2022, doi: <https://doi.org/10.37481/pkmb.v2i1.237>.]
- [3] H. Al Hidayah, H. Muh. Hidayatullah, A. Asnidar, and N. Nasir, "Penggunaan Media Pembelajaran Desain Grafis Melalui Aplikasi Canva," *Jurnal Kajian Penelitian Pendidikan dan Kebudayaan (JKPPK)*, vol. 02, no. 02, pp. 97–102, Apr. 2024, doi: <https://doi.org/10.59031/jkppk.v2i2.335>.
- [4] A. Hanif Isna and M. Ikaningtyas, "Penerapan Desain Grafis Dalam Memasarkan Aplikasi Bangbeli Guna Meningkatkan Pendapatan Mitra Bisnis Pelaku UMKM di PT. Doa Anak Digital (Bangbeli)," *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media (JURSENDEM)*, vol. 2, no. 1, p. 1, Jan. 19AD, doi: <https://doi.org/10.55606/jurrsendem.v2i1>.
- [5] D. Nur Rahmawati and U. Khabibah, "PROMOSI DAN STRATEGI BRANDING MENGGUNAKAN DESAIN FEED INSTAGRAM BERBASIS APLIKASI CANVA PRO UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI DI KEBUNKUY.ID MALANG," *Jurnal Aplikasi Bisnis*, vol. 9, p. 20, Available: <https://jurnal.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/1380>
- [6] J. Hendro and S. Arlinda, "Penerapan Digital Marketing Sebagai Sarana Promosi Produk UMKM di Wilayah Kecamatan Cilincing," *Jurnal Manajemen STEI*, vol. 6, Dec. 2023, Available: <http://repository.stei.ac.id/10883/>
- [7] N. Esti Khomariah, "PELATIHAN DESAIN GRAFIS MENGGUNAKAN APLIKASI CANVA UNTUK PELAKU USAHA TOKO IKAN 'SUB AQUATIC' SEBAGAI STRATEGI DIGITAL MARKETING,"

- BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, vol. 2, p. 795, Aug. 2021, doi:  
<https://doi.org/10.31949/jb.v2i3.1393>.
- [8] “FIRLI.ID – Entrepreneur and Positive Impact in Society,” FIRLI.ID. <https://firli.id/> (accessed May 12, 2024).
- [9] None Ani Rahayu, None Erin Pebriani, and None Julinda Julinda, “Dampak Media Sosial Terhadap Pola Interaksi Sosial Budaya Siswa di SD N Talang Duku,” *Jurnal Ilmiah Research and Development Student, Rawamangun/Jurnal Ilmiah Research and Development Student*, vol. 2, no. 2, pp. 159–170, May 2024, doi: <https://doi.org/10.59024/jis.v2i2.764>.
- [10] L. Adi Dharma Widya and A. James Darmawan, *Pengantar Desain Grafis*. Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan Direktorat Jenderal PAUD dan DIKMAS Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2019. Available:  
<https://repositori.kemdikbud.go.id/26631/1/PengantarDesainGrafis.pdf>.
- [11] “Analisis Strategi Pemasaran Online,” *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 2020, doi:  
<https://doi.org/10.56114/al-sharf.v1i3.98>.
- [12] I Made Darsana *et al.*, *STRATEGI PEMASARAN*. CV. Intelektual Manifes Media, 2023.
- [13] Aditya Pinasti Waluya, Astrid Nurul Azizah, Dara Widya Ainina, Muhamad Rafi Agasi, and Syti Sarah Maesaroh, “Pengaruh Engagement, Review Produk, dan Kualitas Konten Terhadap Tingkat Pendapatan Shopee Affiliator,” *Innovative*, vol. 4, no. 3, pp. 10706–10717, Jun. 2024, doi: <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.11351>.
- [14] Claudia Angelista Jeheskiel, M. Aras, and L. Mani, “Analisis Social Media Analytics Instagram Alinea Creative Team Terkait Customer Engagement,” *Action Research Literate*, vol. 8, no. 4, Jun. 2024, doi: <https://doi.org/10.46799/ar.v8i4.410>.
- [15] “FIRLI.ID – Entrepreneur and Positive Impact in Society,” FIRLI.ID. <https://firli.id/> (accessed June 16, 2024).
- [16] “LinkedIn Login, Sign in,” LinkedIn. <https://www.linkedin.com/company/firli-group/about/> (accessed May 12, 2024).

- [17] R. Pettersson, *Information Design, Volume 4 : Graphic Design*. Institute For Infology, 2011.
- [18] S. Tjahyadi and W. Antonio, "Analisa Pengaruh Desain Grafis pada Konten Media Sosial terhadap Daya Tarik Pengguna dari Generasi Z di Kota Batam," *Journal on Education*, vol. 05, p. 9528, Mar. 2023, Available: <http://ionedu.org/index.php/joe>.
- [19] Rr. Nadhira Harsari et al., *Dasar-dasar Desain Grafis: Teori dan Panduan Dasar bagi Pemula*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- [20] I. M. M. Mirza, "Efektifitas Implementasi Tipografi dalam Desain Grafis Berdasarkan Perspektif Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) di Indonesia", *visualideas*, vol. 2, no. 2, pp. 70–75, Sep. 2022.
- [21] N. Muhammad, None Muhammad Sukriyatma, D. Akmal, and None Amata Fami, "Pengaruh Durasi Terhadap Retensi Audiens Dalam Motion Graphic Wajib Pajak Non Efektif," *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media*, vol. 3, no. 1, pp. 30–41, Dec. 2023, doi: <https://doi.org/10.55606/jurrsendem.v3i1.2333>.
- [22] M. Stevanus Muli, "PERANCANGAN DESAIN LAYOUT WIREFRAMING WEBSITE KASAKATA DI PT. INOVASI TANPA BATAS SURABAYA LAPORAN KERJA PRAKTIK Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Oleh," 2021. Accessed: Jun. 20, 2024. [Online]. Available: <https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/5736/1/18420100030-2021-UNIVERSITASDINAMIKA.pdf>
- [23] M. Afifah Nasution and A. Afandi, "Pelatihan dan Pendampingan Penggunaan Digital Marketing kepada Pelaku UMKM di Desa Saentis Kabupaten Deli Serdang," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 01, p. 58, Sep. 2022, Available: <https://jurnal.perima.or.id/index.php/FS/article/view/85>.
- [24] J. Hendro and S. Arlinda, "Penerapan Digital Marketing Sebagai Sarana Promosi Produk UMKM di Wilayah Kecamatan Cilincing," *Jurnal Manajemen STEI*, vol. 6, Dec. 2023, Available: <http://repository.stei.ac.id/10883/>.

- [25] Putri Fauziah Sri Indrapura and M. Darul, "ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING DI PERUSAHAAN CIPTA GRAFIKA," *Jurnal Economina*, vol. 2, no. 8, pp. 1970–1978, Aug. 2023, doi: <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.699>.
- [26] F. Ulfah, K. Nur, Salsabila, Y. Safitri, S. Evanita, and Friyatmi, "Analisis Strategi Pemasaran Online untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Keju Lasi)," *Jurnal Pendidikan Tambusai*, vol. 05, no. 02, pp. 2795–2805, doi: <https://doi.org/10.31004/jptam.v5i2.1277>.
- [27] D. Astria and M. Santi, "PEMANFAATAN APLIKASI WHATSAPP BISNIS DALAM STRATEGI PEMASARAN ONLINE UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN," *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, vol. 08, no. 02, p. 246, Dec. 2021, Available: <https://ejournal.staim-tulungagung.ac.id/index.php/eksyar/article/view/188/173>.