

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kemdikbud, “Kamus Besar Bahasa Indonesia,” in Kamus Besar Bahasa Indonesia,” *Kamus Besar Bhs. Indones.*, pp. 7–39, 2021, [Online]. Available: <https://www.kbbi.web.id/>
- [2] M. H. Wardi, *Perancangan Informasi Panjat Tebing Pemula Melalui Media Buku*, vol. 5, no. 3. 2020. [Online]. Available: [https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3348/%0Ahttps://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3348/9/UNIKOM_Muhammad Hatta Wardi_12. Bab II.pdf](https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3348/%0Ahttps://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3348/9/UNIKOM_Muhammad%20Hatta%20Wardi_12.Bab%20II.pdf)
- [3] T. W. Kidd, *Rock Climbing*. United States of America: Human Kinetics, Inc., 2009.
- [4] Kemenpora, “Veddriq Leonardo Berhasil Persembahkan Medali Emas Pertama Indonesia di Olimpiade 2024 Paris,” Kamis 8 Agustus 2024. Accessed: Nov. 12, 2024. [Online]. Available: <https://www.kemenpora.go.id/detail/5241/veddriq-leonardo-berhasil-persembahkan-medali-emas-pertama-indonesia-di-olimpiade-2024-paris>
- [5] PENGURUS PUSAT FPTI, “IFSC Climbing World Cup Seoul: Indonesia Raih Medali Perak dan Perunggu,” 4 Oktober 2024. Accessed: Nov. 12, 2024. [Online]. Available: <https://www.fpti.or.id/press-release/ifsc-climbing-world-cup-seoul-indonesia-raih-medali-perak-dan-perunggu/>
- [6] A. Anggraeni and M. Widyan Ardani, “Perancangan Media Promosi Digital Serona Foto Studio Melalui Instagram,” *J. Barik*, vol. 6, no. 1, pp. 50–64, 2024, [Online]. Available: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- [7] Fauziah, R. M. Mantiri, and M. J. Kamaruddin, “Peranan Akun Instagram @nshmountaingold Sebagai Media Informasi Club Basket NSH Mountain Gold The Role of the @nshmountaingold Instagram Account as Information Media for the NSH Mountain Gold Basketball Club,” *Univ. 17 AGUSTUS 1945 JAKARTA*, vol. 10, no. 1, pp. 80–95, 2024.
- [8] R. Cakradharma Salam Putra, M. Dellarosawati, and T. Verita Yastica, “PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN PROMOSI PADA KLUB BM77 MENGGUNAKAN METODE QSPM,” no. 7, 2023, [Online]. Available: <https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/198585/perancangan-strategi-promosi-untuk-meningkatkan-promosi-pada-klub-bm77-menggunakan-metode-qspm.html>
- [9] F. Pramono, “PERANCANGAN KONTEN INSTAGRAM OEMAH GAMELAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI BUDAYA,” Institut Teknologi Telkom Purwokerto, 2024.
- [10] A. Ramadan, A. F. Departemen, S. Komunikasi, P. Masyarakat, and E.

- Manusia, “EFEKTIVITAS INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK ‘RENDANG UNINAM’ The Effectiveness of Instagram as a Promotional Media of Products ‘Rendang Uninam,’” *J. Sains Komun. dan Pengemb. Masy.* |, vol. 5, no. 1, pp. 64–84, 2021, [Online]. Available: <https://doi.org/10.29244/jskpm.v5i1.75764-84>
- [11] A. Jatmika Diyatma, “PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SAKA BISTRO & BAR,” vol. 4, no. 1, pp. 33–34, 2017, doi: 10.1515/9781400845965-016.
- [12] I. Maizan, “Profil Kondisi Fisik Atlet Bolavoli Padang Adios Club,” *J. Performa Olahraga*, vol. 5, no. 1, pp. 18–25, 2020, [Online]. Available: <https://performa.ppj.unp.ac.id/index.php/kepel/article/view/134/137>
- [13] H. P. Santoso, T. Rahayu, and S. Rahayu, “Pembinaan Bulutangkis di Kota Magelang (Penelitian Evaluatif Klub-klub Bulutangkis di Kota Magelang),” *J. Phys. Educ. Sport.*, vol. 6, no. 2, pp. 133–140, 2017, [Online]. Available: <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jpes%0APembinaan>
- [14] D. S. Puspitarini and R. Nuraeni, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi,” *J. Common*, vol. 3, no. 1, pp. 71–80, 2019, doi: 10.34010/common.v3i1.1950.
- [15] E. R. W. Astuti, “Analisis Penerapan Prinsip Layout pada Visual Konten Instagram Penerimaan Mahasiswa Baru Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Pasuruan Tahun 2021,” *Dimens. J. Ilm. Komun. Dan Seni Desain Graf.*, vol. 2, no. 2, pp. 126–135, 2021, [Online]. Available: <https://www.journal.itsnupasuruan.ac.id/index.php/dimensi/article/view/46>
- [16] S. Tjahyadi and W. Antonio, “Analisa Pengaruh Desain Grafis pada Konten Media Sosial terhadap Daya Tarik Pengguna dari Generasi Z di Kota Batam,” *J. Educ.*, vol. 5, no. 3, pp. 9523–9539, 2023, doi: 10.31004/joe.v5i3.1825.
- [17] A. A. Salsabilah *et al.*, “TINJAUAN PEMILIHAN WARNA PADA VISUAL BRANDING PASAR SENI ANCOL,” pp. 124–136, 2024.
- [18] M. Waruwu, “Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method),” *J. Pendidik. Tambusai*, vol. 7, no. 1, pp. 99–113, 2023, doi: 10.31004/jptam.v7i1.6187.
- [19] A. Kusumastuti and A. Mustamil Khoiron, *Metode Penelitian Kualitatif*, 1st ed., vol. 11, no. 1. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo, 2019.
- [20] Surokim, *Riset Komunikasi : Buku Pendamping Bimbingan Skripsi*.

Madura, Jawa Timur: Pusat Kajian Komunikasi Publik, 2016. [Online]. Available: <http://komunikasi.trunojoyo.ac.id/wp-content/uploads/2016/01/BUKU-Riset-KOMUNIKASI-JADI.pdf>

- [21] T. Pramiyati, J. Jayanta, and Y. Yulnelly, "Peran Data Primer Pada Pembentukan Skema Konseptual Yang Faktual (Studi Kasus: Skema Konseptual Basisdata Simbumil)," *Simetris J. Tek. Mesin, Elektro dan Ilmu Komput.*, vol. 8, no. 2, p. 679, 2017, doi: 10.24176/simet.v8i2.1574.
- [22] F. Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, vol. 1, no. 1. Surakarta, 2014. [Online]. Available: <http://e-journal.usd.ac.id/index.php/LLT%0Ahttp://jurnal.untan.ac.id/index.php/jdpb/article/viewFile/11345/10753%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.758%0Awww.iosrjournals.org>
- [23] Fatmawati, "Jurnal Online STKIP PGRI Tulungagung," pp. 45–52, 2021, Accessed: Jun. 16, 2025. [Online]. Available: <https://jurnal.stkippgritulungagung.ac.id/index.php/index/index>
- [24] Saifuddin, "Teknik Dokumentasi sebagai Sumber Data dalam Penelitian Kualitatif," *Al-Mu'awanah*, vol. 2(1), pp. 50–58, 2020, Accessed: Jun. 16, 2025. [Online]. Available: <https://jurnal.staialhidayahbogor.ac.id/index.php/index/login?source=%2Findex.php%2Famuawanah%2Farticle%2Fview%2F62>
- [25] P. Perdana and A. F. Utami, "Studi Komparatif Ekonomi Kreatif Di Dunia," *J. Islam. Tour. Halal Food Islam. Travel. Creat. Econ.*, vol. 2, no. 1, pp. 72–91, 2022, doi: 10.21274/ar-rehla.v2i1.5510.
- [26] A. D. Kusumastuti, "Strategi Peningkatan Penjualan Produk Melalui Pendekatan Unique Selling Point Dalam Menunjang Eksistensi Bisnis HNI HPAI," *Jurakunman (Jurnal Akunt. dan Manajemen)*, vol. 15, no. 1, p. 31, 2022, doi: 10.48042/jurakunman.v15i1.88.
- [27] T. D. Kristina and M. Mashariono, "PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN," *J. Ilmu dan Ris. Manaj.*, vol. 9, no. 8, 2020, Accessed: Jun. 16, 2025. [Online]. Available: <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3492>