

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1996). *Building strong brands*. The Free Press.
- Aaker, D. A. (2009). *Brand Portfolio Strategy: Creating Relevance, Differentiation, Energy, Leverage, and Clarity*. Simon and Schuster.
- Aaker, D. A. (2018). *Strategic Market Management*. Jakarta: Salemba Empat.
- Adlan, H., & Indahingwati, A. (2020). *Analisis Model AISAS Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Penggunaan SEO (Kajian Empiris Konsumen di Surabaya)*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, 9(1), 1–15.
- Adriansah, R., & Maharani, R. (2021). *Strategi komunikasi pemasaran media sosial dalam membangun brand awareness*. Jurnal Komunikasi dan Media, 3(1), 1–12.
- Agustiandhy, M. R., Haswanto, N., & Suryani, Y. (2022). *Kajian Elemen Visual Game Type: Rider Sebagai Model Penceritaan Sejarah Tipografi*. Journal of Animation and Games Studies, 8(2), 189–204. <https://doi.org/10.24821/jags.v8i2.7907>
- Ahmad. (2020). *Manajemen Strategis*. Makassar: CV. Nas Media Pustaka.
- Anggraini, S., Lia dan Nathalia, K. (2014). *Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Ardiansah, I., & Maharani, A. (2021). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing: Potret Penggunaan Instagram sebagai Media Pemasaran Online pada Industri UKM*. CV. Cendekia Press. <https://books.google.co.id/books?id=HAoREAAQBAJ>
- Arntson, A. E. (2007). *Graphic Design Basics*. Thomson/Wadsworth. <https://books.google.co.id/books?id=TObpIQAACAAJ>
- Belch, G., & Belch, M. (2009). *Advertising and Promotion*. An Integrated Marketing Communication Perspective.
- Boyd, Danah M., & Ellison, N. B. (2007). *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Carter, R., Day, B., & Meggs, P. B. (2012). *Typographic design: Form and communication* (5. ed). Wiley.

- Cikita, A., & Murwonugroho, W. (2018). *Analisis Kebaruan Komposisi Simetrik Pada Kedinamisan Visual Film "Fantastic Mr. Fox."*
- Dalton, J. (2019). *SWOT Analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)*. In J.
- Dalton (Ed.), *Great Big Agile: An OS for Agile Leaders* (pp. 249–252). Apress.
https://doi.org/10.1007/978-1-4842-4206-3_62
- Fitria. A. (2016). *Pelaksanaan Promosi Penjualan Makanan Korea pada Daebak Fan Cafe*. Margonda Depok. 14-31.
- George E. Belch, M. A. B. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective (12th ed.)*. McGraw-Hill.
- Ginting, S., & Irfansyah, I. (2022). *Analisis Elemen Dramatis Game Petualangan Sebagai Media Penyadartahuan Terhadap Satwa*. Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual, 15(2), 160–172.
<https://doi.org/10.31937/ultimart.v15i2.2807>
- Goutama, A. E. (2018). *Games Advertising Vs Tv Advertising Which One Is More Effective In Building Brands?* Jurnal STEI Ekonomi, 27(1), 1–9.
<https://doi.org/10.36406/jemi.v27i1.149>
- Hahury, R. M. S. (n.d.). *Analisis Pengaplikasian Teori Warna dan Penggunaan Siluet dalam Desain Karakter*.
- Heath, C., & Heath, D. (2013). *Made to stick: Why some ideas survive and others die*. Random House.
- Hutomo, F. R. P., & Utami, M. P. (2022). *Tinjauan Layout pada Infografis WHO "Mengatasi Stres Selama Wabah COVID-19."* TUTURRUPA, 4(1), 53–60.
<https://doi.org/10.24167/tuturrupe.v4i1.5191>
- Ilhamsyah. (2021). *Manajemen Pemasaran Kontemporer*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital*. Andi Offset.
- Itten, J., Haagen, E. van, & Itten, J. (1996). *The art of color: The subjective experience and objective rationale of color* (21. Aufl). Van Nostrand Reinhold.

- Jaya, W., & Cangara, H. (2015). *Keberhasilan dan Kegagalan Strategi Komunikasi Kampanye Para Kandidat dalam Perebutan Kursi Legislatif DPRD Kabupaten Barru Periode 2014-2019*.
- Jusuf, H. (2016). *Penggunaan Gamifikasi dalam Proses Pembelajaran*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (14th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Liputan6. (2025). *Pekan Sarapan Nasional 2025 Pecahkan Rekor MURI Sarapan Sereal Peserta Terbanyak*.
- Madjukie, R. (2018). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Zalora Indonesia di Jakarta*. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
- Malau, J. (2017). *Gramedia Manajemen Pemasaran: Strategi dan Implementasi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed). Sage Publications.
- Mokalu, V. R., & Boangmanalu, C. V. J. (2021). *Teori Psikososial Erik Erikson: Implikasinya Bagi Pendidikan Agama Kristen di Sekolah*. VOX EDUKASI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, 12(2), 180–192. <https://doi.org/10.31932/ve.v12i2.1314>
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moriarty, S. E., Mitchell, N., & Wells, W. (2012). *Advertising & IMC: Principles & practice* (Global ed., 9th ed.). Pearson Education.
- Morissan. (2009). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana Prenada Media Group.
- Naibaho, S. E., Rajagukguk, R. D., & Naibaho, D. (n.d.). *Tinjauan Psikologi Perkembangan: Perkembangan Manusia Sejak Anak-Anak sampai Lanjut Usia*.
- Nurusholih, S. (2019). *Analisis retorika visual konten iklan produk pada account Instagram Bank BNI. Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan*

- Periklanan (Demandia)*, 4(2), 199–214.
<https://doi.org/10.25124/demandia.v4i2.1935>
- Prasetyo, M. E., Sitompul, G. I., & Surawi, J. (2023). *Analisis Visual Komposisi dan Editing Pewarnaan Film Dokumenter Badut di Balik Tawa*, 6(1).
- Pratiwi, D., Firmansyah, M., & Shim, S. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Inisiatif*, 10(2), 323-345.
- Rahardja, A., & Purbasari, M. (2019). *Warna dari Warisan sebagai Identitas: Melihat Tekstil dan Kuliner Jawa*. *DeKaVe*, 11(1), 1–6.
<https://doi.org/10.24821/dkv.v11i1.2483>
- Riyadi Arief. (2018). *Penggunaan Maskot dalam Iklan Koko Krunch untuk Menarik Perhatian Anak-anak*.
- Sadiman, A. S. (2014). *Media pendidikan: Pengertian, pengembangan, dan pemanfaatannya (Cetakan ke-17)*. PT RajaGrafindo Persada.
- Samara, T. (2002). *Making and breaking the grid: A graphic design layout workshop*. Rockport Publishers.
- Saputra, A. (2017). *Analisis Perbandingan Harga dan Strategi Pemasaran Produk Sereal di Indonesia (Studi Kasus Simba Oatmeal dan Nestlé Koko Krunch)*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Setiautami, D. (2011). *Eksperimen Tipografi dalam Visual untuk Anak*. *Humaniora*, 2(1), 311. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i1.3011>
- Soeparno, K., & Sandra, L. (n.d.). *Social Psychology: The Passion of Psychology*.
- Stanton, W. J. (1984). *Fundamentals of Marketing*. McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2020). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Sunarya, Po. A., & Anisah, L. (2018). *Desain Komunikasi Visual sebagai Media Informasi pada Ditjen Aptika Kementerian Komunikasi dan Informatika Jakarta*. *Journal CERITA*, 4(1), 76–85.
<https://doi.org/10.33050/cerita.v4i1.630>

- Supriyono, R. (2015). *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*. ANDI.
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/10311/desain-komunikasi-visual-teori-dan-aplikasi.html>
- Suyanto, M. (2004). *Strategi Perancangan Iklan yang Kreatif*. Andi Publisher.
- Tjandra, S. J., & Yuwono, E. C. (n.d.). *Perbandingan Teori dan Praktik Perancangan Desain Grafis pada Proyek Internship di Studio Grafis*.
- Williams, R. (n.d.). *Non-Designers Design Book*. 2015.
- Yayah Rh, Y. R., Pratama, D., & Anto, P. (2021). *Elemen Visual pada Desain Media Promosi Museum Wayang Jakarta*. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni dan Budaya*, 3(2), 161–171. <https://doi.org/10.30998/vh.v3i2.3971>