

DAFTAR PUSTAKA

- A.A Gede Asti Suanda, & Nyoman Sri Subawa. (2023). EFEKTIVITAS PENGGUNAAN FLYER DALAM UPAYA PENINGKATAN KEPESERTAAN BPJS KETENAGAKERJAAN. *Open Journal Systems* , 18(1).
- Agung Prakoso Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta Jl Laksda Adisucipto Km, A. (n.d.). *PENGEMBANGAN WISATA PEDESAAN BERBASIS BUDAYA YANG BERKELANJUTAN DI DESA WISATA SROWOLAN, SLEMAN*.
- Agus Setiawan, E., & Fadhilah, M. (2023). Strategis Promosi Digital Marketing Pada Distributor Keramik Di Yogyakarta. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT)*, 2(4), 287–292.
- Ajeng, R., Haniifah, A. F., & Wirasari, I. (2023). PENERAPAN MODEL AISAS PADA IKLAN FOCUS NUSANTARA DI MEDIA INSTAGRAM. In *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional* (Vol. 5, Issue 3).
- ANALISIS PENYEBAB KEMUNDURAN WAYANG ORANG SRIWEDARI Oleh.* (n.d.).
- Andrianto, F. (2017). Setahun Hadir di Indonesia, Spotify Telah Mainkan Lebih Dari 3,9 Miliar Lagu. <http://www.hardwarezone.co.id/product-news-setahun-hadir-di-indonesia-spotify> telah-mainkan-lebih-dari-39-miliar-lagu
- Arora Banasthali Vidyapith, N. (2018). IJRISSE|Volume II, Issue I. In *International Journal of Research and Innovation in Social Science*. www.ijriss.org
- Arum Diah, R., & Nasution, A. (n.d.). *EKSPLORASI FUNGSI PERTUNJUKAN KESENIAN JARANAN SEBAGAI WARISAN BUDAYA MASYARAKAT DUSUN NGANDENG*.
- Astuti, H. (2018). PENGGUNAAN POSTER SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI KESEHATAN. In *Penggunaan Poster sebagai Media Komunikasi Kesehatan Komunikologi* (Vol. 15, Issue 1).
- Elisabeth Ayuna, N. (2023). Peran Komunikasi Dalam Proses Akulturasi Sistem Sosial Lokal. *Technomedia Journal*, 8(1 Juni), 35–51. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i1.2015>

- Endarwati, E. T., & Ekawarti, Y. (n.d.). *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal Volume 4 Nomor 1 Edisi Desember 2021 EFEKTIFITAS PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA TIK TOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI DITINJAU DARI PERSPEKTIF BUYING BEHAVIORS.*
- Fakultas, S. E., Universitas, E., Padang, N., Hamka Air, J., Padang, T., & Barat, S. (n.d.). *KAJIAN IKLAN TELEVISI DALAM PERSPEKTIF TEORI PENGARUH SELEKTIF.* In *Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 7, Issue 3). www.pdfactory.com
- Fazri Magister Manajemen, A., Pemasaran, M., Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jambi, J., Unja Pinang Masak Mendalo, K., & Jambi, J.-M. (n.d.). *MENGUKUR JUMLAH PAPARAN TVC YANG EFEKTIF BIAYA UNTUK MENIMBULKAN DAMPAK ATTENTION, INTEREST, DESIRE, DAN ACTION PADA KONSUMEN DI KOTA JAMBI MEASURING EXPOSURE TVC TOTAL COST FOR THE EFFECTIVE IMPACT ATTENTION, INTEREST, DESIRE, AND ACTION ON THE CONSUMER IN THE CITY of JAMBI.*
- Fiky Tumangkeng, R., Pingkan Egam, E. P., & Waani, J. O. (n.d.). *KAJIAN KUALITAS VISUAL TERHADAP EKSISTENSI STREET FURNITURE DI KORIDOR PIERE TENDEAN BOULEVARD MANADO.*
- Fitriani, S., Besar, I., Valentina, P., Swastika, V., & Christiane, P. (2024). Peran Instagram sebagai Media Promosi Pariwisata & Kuliner di Provinsi Lampung (Studi pada akun Instagram @Riobythebeach & Seruitbuklin). *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, 4(2), 11. <https://doi.org/10.53697/iso.v4i2.1943>
- Gema Ariprahara. (2012). Kajian Analisis Identifikasi Iklan Luar Ruang Wall Painting. *VISUALITA*, 4(1).
- Hanna Febrianti Anita Herawati, F. F. (n.d.). *PERBANDINGAN IMPLEMENTASI ADVERTISING CAMPAIGN (Studi Dokumen tentang Perbandingan Implementasi Kampanye Coca Cola “Open Happiness” Versus Pepsi “Refresh Everything” Periode 2009-2011).*
- Hapsari, O. P., Ds, S., & Ds, M. (n.d.). *Inovasi dalam Desain Grafis dan Visualisasi Tinjauan terhadap Tren Terbaru dan Dampaknya dalam Komunikasi Visual.* <https://evolusi3d.com/apa-itu-generative-design/>

- Hasfera, D., & Fadli, M. (2019). PENGGUNAAN WARNA DALAM DISAIN INTERIOR PERPUSTAKAAN TERHADAP PSIKOLOGIS PEMUSTAKA. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 4(2), 95–106. <https://doi.org/10.31604/ristekdik.v4i2.95-106>
- Hasugian, P. S. (2018). PERANCANGAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI. In *Journal Of Informatic Pelita Nusantara* (Vol. 3, Issue 1).
- Ihsan Khairullah, F. (2025). PERANCANGAN *MERCHANDISE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI MUSEUM NEGERI MPU TANTULAR DI KABUPATEN SIDOARJO. *Jurnal Barik*, 7(2), 13–35. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Iswanto, R. (2023). Perancangan Buku Ajar Tipografi. *Nirmana*, 23(2), 123–129. <https://doi.org/10.9744/nirmana.23.2.123-129>
- Jurusan, D., & Rupa, S. (2015). *PERAN DESAIN GRAFIS PADA LABEL DAN KEMASAN PRODUK MAKANAN UMKM Oleh: Rahina Nugrahani: Vol. IX* (Issue 2).
- Kaleb, S., Program, J. S., Manajemen, S., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Bangsa, H. (2021). PENGARUH ATTENTION, INTEREST, DESIRE, ACTION (AIDA) TERHADAP EFEKTIVITAS IKLAN SPOTIFY. *Journal of Accounting and Business Studies*, 6(2).
- Karo-Karo, P., & Hendra, Y. (n.d.). *PENDAYAGUNAAN MEDIA LUAR RUANG DALAM PROMOSI PRODUK PT.SINARMAS MULTIFINANCE CABANG MEDAN*.
- Keraf Gorys. (1994). Argumentasi dan Narasi. Jakarta: Grammedia.
- KERAGAMAN BUDAYA INDONESIA SUMBER INSPIRASI INOVASI INDUSTRI KREATIF Made Antara 1) dan Made Vairagya Yogantari 2)*. (n.d.).
- Kesehatan Gigi, J., Nubatonis, M. O., & Ibraar Ayatullah, M. (2019). Promosi Kesehatan Gigi dengan Menggunakan Media Leaflet terhadap Pengetahuan, Sikap, Status Kebersihan Gigi dan Mulut. *Jurnal Kesehatan Gigi*, 6(2), 147–156. <http://ejournal.poltekkes-smg.ac.id/ojs/index.php/jkg/index>
- Kesehatan, P., & Pemasarakatan, D. L. (2021). Pentingnya Kerjasama (Partnership) dalam. In *Syntax Transformation* (Vol. 2, Issue 3).

- Kusuma Widya Tama, A., Dingi Novena, M., Lestari, S., STMIK Raharja, D., Raharja Jurusan Teknik Informatika, S., Jenderal Sudirman No, J., & Tangerang, M. (2017). *PERANCANGAN MERCHANDISE GUNA MENUNJANG EFEKTIVITAS PROMOSI* (Vol. 3, Issue 1).
- Laura, M. ;, & Luzar, C. (2011). *EFEK WARNA DALAM DUNIA DESAIN DAN PERIKLANAN* (Vol. 2, Issue 2).
- Lintang Sari, F., & Ulfatun Najicha, F. (n.d.). *NILAI-NILAI SILA PERSATUAN INDONESIA DALAM KEBERAGAMAN KEBUDAYAAN INDONESIA*.
<http://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/http://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/>
- Mallarangeng Tambunan, A., Takwa, N., Mallengkeri Raya, J., Tambung, P., Tamalate, K., Makassar, K., & Selatan, S. (n.d.). *ANALISIS TIPOGRAFI FONT PADA LOGOTYPE FACEBOOK*.
- Melinda, S., Komunikasi, I., Kristen, U., & Surabaya, P. (n.d.). *Efektivitas Billboard dan Signboard sebagai Media Promosi Suroboyo Carnival Park*.
Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian. (n.d.).
- Muhammad, P., Penerbit, Z., Zaini, M., Saputra, N., Penerbit, Y., Lawang, K. A., & Susilo, A. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
<https://www.researchgate.net/publication/370561417>
- Murwonugroho, W. (2023). Strategi Kreatif Iklan Billboard Produk “Sasa MSG” dalam Mengubah Stigma Negatif. *Nirmana*, 23(2), 130–138.
<https://doi.org/10.9744/nirmana.23.2.130-138>
- Mustafa, P. S., & Suryadi, M. (2022). Landasan Teknologis sebagai Peningkatan Mutu dalam Pendidikan dan Pembelajaran: Kajian Pustaka. *FONDATIA*, 6(3), 767–793.
<https://doi.org/10.36088/fondatia.v6i3.2130>
- Nurhayati, D. (n.d.). *FENOMENA TRANSJAKARTA SEBAGAI MEDIA BERIKLAN DI JAKARTA*.
- Nurohmah, S. (2024). Event Sebagai Strategi Digital Content Marketing : Studi Kasus Penerapan Digital Marketing pada Bisnis Indonesia Film Content Academy (IFCA) PT Produksi Film Negara (Persero). *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 7(1).
<https://doi.org/10.7454/jabt.v7.is1.1095>
- Pangestu, R. (2019). *Penerapan Kampanye Sosial dalam Desain Komunikasi Visual*. 4.

- Prayogi, P. A., Putu, N., & Widyaningsih, P. (n.d.). *STRATEGI PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATA SUNGAI TELAGA WAJA SEBAGAI DESTINASI WISATA KELUARGA DI KABUPATEN KARANGASEM*.
- Program, D., Pendidikan, S., & Rupa, S. (2017). BRAND ACTIVATION D'nyon2 n' D'nyin2 Septi Asri Finanda. In *Jurnal LP3M* (Vol. 3, Issue 1). www.dnyonnyin.com.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). In *Jurnal Common* | (Vol. 3).
- Putri Khawismaya, H., Ridwan Pardiyanto, M., Apriyanti, A., Permana Wisanggeni, A., Syahril Agil, M., Putri Sabila, S., Bashori, M., Artikel, S., & Wayang Orang Ngesti Pandowo Modernisasi dan Globalisasi Warisan Budaya TakBenda, P. (2024). *PERKEMBANGAN WAYANG ORANG NGESTI PANDOWO SEBAGAI WARISAN BUDAYA TAKBENDA INFO ARTIKEL ABSTRACT KATA KUNCI ABSTRAK*. 2(2), 1–9. <https://journal.awatarapublisher.com/index.php/manifesto>
- Resmadi, I., Pandita Bastari, R., & Prahara, G. A. (2020). ANALISIS STRATEGI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL LABEL REKAMAN INDEPENDEN DI ERA DIGITAL: STUDI KASUS STRATEGI KOMUNIKASI DARI SUN EATER RECORDS. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 05(02). <https://doi.org/10.25124/demandia.v%vi%i.1283>
- Royhan, M. G., & Ngabekti, D. K. (2021). Problematika Desain Komunikasi Visual dan Plagiarisme dalam Dunia Desain Grafis. *CITRAWIRA : Journal of Advertising and Visual Communication*, 2(1), 86–95. <https://doi.org/10.33153/citrawira.v2i1.3671>
- Sartika, D., Sa, S., Akmaliah, adah, Pertiwi Hari Sandi, S., Epty Hidayaty, D., Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., & Buana Perjuangan Karawang, U. (n.d.). Manfaat Promosi Pada Minat Beli Konsumen Toko Budi Jaya Alfath. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5), 2986–6340. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8024417>
- Sekolah, I. A., Ekonomi, T., Indonesia, P., Makam, J. T., Kalibata, P., & Selatan, J. (n.d.). *Spanduk dan Stiker sebagai Media Komunikasi untuk Melaporkan Peristiwa Kependudukan*.
- Setya Putra, P. R., & Chalik, C. (2024). Analisis Identitas Visual Kembara Angkasa Sebagai Livery Spesial Ulang Tahun ke 74 Maskapai Garuda Indonesia. *MAVIS* :

- Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 6(02), 89–99.
<https://doi.org/10.32664/mavis.v6i02.1381>
- Silvana, H. (n.d.). *PENGUNAAN X BANNER DALAM PROMOSI LAYANAN PERPUSTAKAAN*.
- Siti Dira Febrina Ritonga. (2016). PENGARUH IKLAN PADA MEDIA SOSIAL TWITTER DAN TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MATAHARIMALL.COM TAHUN 2016 . *E-Proceeding of Applied Science* , 2(2).
- Studi Desain Komunikasi Visual, P. (n.d.). *KONSEP DAN PENGUNAAN WARNA DALAM INFOGRAFIS Ariefika Listya*.
- Studi Desain Komunikasi Visual Sekolah Tinggi Teknologi Bandung, P. (2021). Hadah Muallimah. *Rupa, Eksperimental Dan Inovatif*, 03. www.taupasar.com,
- Studi Desain Komunikasi Visual Sekolah Tinggi Teknologi Bandung, P. (2022). Hadah Muallimah. *Rupa, Eksperimental Dan Inovatif*, 04. www.taupasar.com,
- Syifa Ul Aulia, Andi Muhammad Sadat, & Dewi Agustin Pratama Sari. (2025). Analisis Promosi Instagram Melalui Pendekatan AISAS pada Atlantis Water Adventure Ancol. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 4(1), 335–359. <https://doi.org/10.30640/digital.v4i1.3947>
- Wahyuni, S. S. (2024). Analisis teknik persuasif pada spanduk iklan di Jambi. *DIKBASTRA: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 6(2).
<https://doi.org/10.22437/dikbastra.v6i2.33532>
- Wisnu Arto Subari. (2024, April 19). *Memahami Prinsip Tata Letak atau Lay Out dalam Desain Grafis*. <https://mediaindonesia.com/> diakses pada 27 Juli 2023
- Yudiawati, H. (n.d.). *Manajemen Pelestarian Angklung sebagai Warisan Budaya Takbenda* (Vol. 7, Issue 1).
- Yulius, Y. (2016). *PERANAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI PENDUKUNG MEDIA PROMOSI KESEHATAN*. 1(2).
- Zafira, A., Karnadi, H., Renaningtyas, L., Mardiono, B., Desain, 1 Jurusan, Visual, K., Seni, F., & Desain, D. (n.d.). *PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PROMOSI PRODUK BUSANA “FERVOIRE.”*