

DAFTAR PUSTAKA

- @bdg.data. (2025, Februari 28). *Data Pelajar dan Mahasiswa Tahun 2024 Semester II*. Diambil kembali dari Instagram: https://www.instagram.com/p/DGnJ6a9T8EP/?img_index=1
- 22jamalramadhan. (2023, Oktober 13). *Foto tersangka kasus korupsi*. Diambil kembali dari Instagram: <https://www.instagram.com/p/CyV5XqoRevP/>
- Adminlp2m. (2023, Januari 26). *Efektivitas Periklanan: Definisi dan Cara Mengukurnya*. Diambil kembali dari LP2M Universitas Medan Area: <https://lp2m.uma.ac.id/2023/01/26/efektivitas-periklanan-definisi-dan-cara-mengukurnya/#:~:text=Apa%20itu%20Efektivitas%20Periklanan,sesuai%20dengan%20strategi%20periklanan%20Anda.>
- Alessandrina, D. (2023, Februari 07). *Periklanan: Pengertian, Tujuan, dan Jenis-Jenisnya*. Diambil kembali dari Marketeers: <https://www.marketeers.com/periklanan-pengertian-tujuan-dan-jenis-jenisnya/>
- Alsuria, H. K. (2024). Perancangan Kampanye Ketergantungan Gadget Pada Anak Usia Dini Melalui Brand Activation Bebelac Gold 3. *Advertising Campaign*, 14-15.
- Asiani, F. (2020). Persuasive Copywriting: Sebuah Seni Menjual Melalui Tulisan. Dalam F. Asiani, *Mengapa Copywriting?* (hal. 83-100). Yogyakarta: QUADRANT.
- Aurellia, A. (2022, Mei 19). *Peminat Produk Kecantikan Tinggi, Sociolla Buka Cabang Kedua di Bandung*. Diambil kembali dari detikjabar: <https://www.detik.com/jabar/bisnis/d-6084408/peminat-produk-kecantikan-tinggi-sociolla-buka-cabang-kedua-di-bandung>
- Base. (2025). Diambil kembali dari base.co.id: <https://www.base.co.id/>
- CNBC. (2024, May 03). *Deretan Brand yang Bakal Tebar Promo di Bandung x Beauty, Serbu!* Diambil kembali dari CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20240503124613-33-535509/deretan-brand-yang-bakal-tebar-promo-di-bandung-x-beauty-serbu>
- Dameria, A. (2007). *Color Basic Panduan Dasar Warna untuk Desainer & Industri Grafika*. Jakarta : Link & Match Graphic.
- Decker, K. (2023, 3 20). *The fundamentals of understanding color theory*. Diambil kembali dari 99 designs by vista: <https://99designs.com/blog/tips/the-7-step-guide-to-understanding-color-theory/>
- Desi Natalia, S. N. (2021). Strategi Kreatif Periklanan. *ANALISIS TAHAPAN STRATEGI KREATIF DAN STRATEGI KREATIF PESAN IKLAN “ANKLE WEEK” PADA INSTAGRAM KASUAL PERIODE IKLAN 15 JULI – 29 JULI 2020*, 88.

- Faroh, W. N. (2017). ANALISA PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Open Journal UNPAM*, 3-24.
- Giovardhi, R. V. (2018). Bab III Metode Penelitian. *Bab III Metode Penelitian*, 55.
- Gozali, A. (2025, Februari 24). *foto produk*. Diambil kembali dari Instagram: https://www.instagram.com/p/DGcprL_yEDG/?img_index=1
- Greenfield, P. (2024, Oktober 14). *Trees and land absorbed almost no CO2 last year. Is nature's carbon sink failing?* Diambil kembali dari theguardian.org: https://www.theguardian.com/environment/2024/oct/14/nature-carbon-sink-collapse-global-heating-models-emissions-targets-evidence-aoe?CMP=twl_a-environment_b-gdneco
- Harsanto, P. W. (2018). FOTOGRAFI DALAM DESAIN KOMUNIKASI VISUAL (DKV). *ResearchGate*, 141-145.
- Harsanto, P. W. (2019). Fotografi Desain. Dalam P. W. Harsanto, *Fotografi Desain* (hal. 15-19). Daerah Istimewa Yogyakarta: PT KANISIUS.
- Indraswari, A. (2022, April 26). Save Your Skin, Save The Planet with TAVI! *PARAGONCORP*, hal. 47.
- Indraswari, A. (2022, April 26). Save Your Skin, Save Your Planet With Tavi! *PARAGONCORP*, hal. 47.
- Irwansyah, A. N. (2020). Irwansyah, Andi Nur Apung Massiseng, Andi Bare Ghurdi. 147.
- Jamil, E. R. (2024, Mei 4). *Menuju Era Kecantikan Berkelanjutan, Inovatif, dan Inklusi di Bandung X Beauty 2024*. Diambil kembali dari ayobandung.com: <https://www.ayobandung.com/bisnis/7912583588/menuju-era-kecantikan-berkelanjutan-inovatif-dan-inklusi-di-bandung-x-beauty-2024>
- Lafiye. (2025, Maret 17). *Foto Katalog*. Diambil kembali dari Instagram: https://www.instagram.com/p/DHQUaokzjwX/?img_index=8
- Leadership, T. (2024, August 7). *Brand Activation: Bagaimana Cara Kerja & Pengaruhnya dalam Bisnis*. Diambil kembali dari dentsu.com: <https://www.dentsu.com/id/en/insights/our-blog/apa-itu-brand-activation-dan-cara-kerjanya>
- Mikke R. Marentek, V. S. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Mapanget Manado: POLIMDO PRESS.
- Nihomart. (2023). *Tavi Adaptint Sunscreen*. Diambil kembali dari Nihomart: https://nihomart.id/tavi-cica-res-q10-adaptint-sun-shield-40ml?utm_source=chatgpt.com
- Oasea. (2021). Diambil kembali dari Oasea.co.id: <https://www.oasea.co.id/>

- Paragon. (2023, Januari 17). *About Paragon*. Diambil kembali dari ParagonInnovation.com: <https://www.paragon-innovation.com/about-us>
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA.
- Primus, J. (2023, April 25). *Sejarah Sunscreen, Inspirasi dari Mesir, Jadi Andalan Tentara*. Diambil kembali dari Kompas.com: https://www.kompas.com/stori/read/2023/04/25/190000179/sejarah-sunscreen-inspirasi-dari-mesir-jadi-andalan-tentara?lgn_method=google&google_btn=onetap
- Putra, R. W. (2020). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Jakarta: Penerbit ANDI.
- Putra, W. (2024, Mei 03). *Saatnya Berburu Ragam Produk Skincare di Bandung X Beauty 2024*. Diambil kembali dari detikjabar: https://www.detik.com/jabar/jabar-gaskeun/d-7322764/saatnya-berburu-ragam-produk-skincare-di-bandung-x-beauty-2024?utm_source=chatgpt.com
- Putri, A. C. (2024, Oktober 16). *Metode Penelitian Kualitatif: Pengertian, Jenis, Kelebihan, dan Kekurangannya*. Diambil kembali dari Telkom University: <https://telkomuniversity.ac.id/metode-penelitian-kualitatif-pengertian-jenis-kelebihan-dan-kekurangannya/>
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- RevoUpedia. (2025). *Apa itu brand activation?* Diambil kembali dari RevoUpedia: <https://www.revou.co/kosakata/brandactivation>
- rsluthfiah. (2024, Januari 4). *Foto pernikahan*. Diambil kembali dari Instagram: https://www.instagram.com/p/C1qVY0nSjRe/?img_index=1
- Santia, T. (2022). *Survei Indef: Gojek Jadi Transportasi Online Paling Banyak Digunakan Masyarakat*. Diambil kembali dari Merdeka.com: https://www.merdeka.com/uang/survei-indef-gojek-jadi-transportasi-online-paling-banyak-digunakan-masyarakat.html?utm_source=chatgpt.com&page=2
- Siregar, F. (2016). Pengertian Periklanan. *Landasan Teori BAB II*, 8.
- Soewardikoen, D. W. (2021). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Daerah Istimewa Jogjakarta: PT Kanisius.
- Tavi. (2022). *Halaman website*. Diambil kembali dari tavi-world.com: <https://www.tavi-world.com/>
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI Yogyakarta.
- Usmanov, R. (2016, Juni 9). *The Advertising Poster Design*. Diambil kembali dari Behance: <https://www.behance.net/gallery/38205187/Strong-Walls>

- Waluyo, D. (2023, Desember 3). *Fenomena Cantik Industri Kosmetik*. Diambil kembali dari Indonesia.Go.Id: <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7804/fenomena-cantik-industri-kosmetik?lang=1>
- Waluyo, D. (2023, Desember 3). *Fenomena Cantik Industri Kosmetik*. Diambil kembali dari Indonesia.Go.Id: <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7804/fenomena-cantik-industri-kosmetik?lang=1>
- William Wells, S. M. (2007). *Advertising Principle and Effective IMC Practice*. Singapore: Pearson Education South Asia Pte Ltd.