

DAFTAR PUSTAKA

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Baran, S. J. (2009). *Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture* (6th ed.). McGraw-Hill.
- Birren, F. (1988). *Color psychology and color therapy: A factual study of the influence of color on human life*. Secaucus, NJ: Citadel Press.
- Brogi, S., Calabrese, A., Campisi, D., Capece, G., Costa, R., & Di Pillo, F. (2013). The effects of online brand communities on brand equity in the luxury fashion industry. *International journal of engineering business management*, 5, 32.
- Cangara, H. (2003). *Dimensi Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Delobelle, V. (2008). Corporate Community Management. *Diambil dari <http://www.vaninadelobelle.com>*.
- Durianto, D. (2004). *Brand equity ten strategi memimpin pasar*. Gramedia Pustaka Utama.
- D.W Soewardikoen, *Metodologi Penelitian Visual*, dari Seminar ke Tugas Akhir. Bandung: Dinamika Komunika, 2013.
- Feisner, E. A. (2006). *Color: How to use it*. London: Laurence King Publishing.
- Firat, D. (2024). *YouTube advertising value and its effects on purchase intention*. Globe: Journal of Global Media Studies. Retrieved from USF Digital Commons.
- Herlambang, Y. (2014). Participatory Culture dalam komunitas online sebagai representasi kebutuhan manusia. *Tematik*, 1(2), 26-34.
- Ilhamsyah, I. (2021). *Pengantar strategi kreatif advertising era digital*. Penerbit Andi.
- Kartini, K., Harahap, I. A., Arwana, N. Y., & Rambe, S. W. T. B. (2022). Teori dalam Penelitian Media. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 3(2), 136-140.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedua belas. *Jakarta: Erlangga.*
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2012). Principles of Marketing. Global Edition,.14Edition, Pearson Education
- Kotler, P. (2013). Manajemen Pemasaran . Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, KL (2016). *Marketing Managemen (2016th ed.). Pearson Education, Inc.*
- Lazuardini, A., Alam, S., & Muthmainnah, L. (2023). PERANCANGAN PROMOSI PRODUK FLUFFY BABY DIAPERS. *eProceedings of Art & Design, 10(6).*
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory.* Sage publications.
- Meilani, M. (2013). Teori warna: penerapan lingkaran warna dalam berbusana. *Humaniora, 4(1), 326-338.*
- Muthmainnah, L., & Yusup, N. R. (2023). Perancangan Strategi Kreatif Konten Visual Sosial Media Situ Cileunca Pangalengan Kab. Bandung.
- Nurbani, S., & Dewi, N. A. R. (2019). Designing Verbal Message And Visual Media Of Quick Chicken. In *6th Bandung Creative Movement 2019* (pp. 446-450). Telkom University.
- Nurtiar, H. (2021). Copywriting (Modul Diklat Promosi Perpustakaan Berbasis Digital).
- Philip, K., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran edisi 12. *Indonesia: PT. Macanan Jaya Cemerlang.*
- Putra, R. W. (2021). *Pengantar desain komunikasi visual dalam penerapan.* Penerbit Andi.
- Rangkuti, Freddy. 2008. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rusmini. (2013). Strategi Promosi sebagai Dasar Peningkatan Respons Konsumen. *Ragam, 13(1).*
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2001). *Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media* (pp. 115-117). New York: Longman.

- Susanti, Ratna, and M Pd Penulis, 'Error Analysis of Language in Writing', 2. Penulis 1 (2016)
- Suyanto, M. (2005). *Grafis desain: teori, aplikasi, dan kreativitas*. Yogyakarta: Andi.
- Tasruddin, R. (2015). Strategi promosi periklanan yang efektif.
- Universitas Airlangga. (2022). Akne Vulgaris dan Penanganannya.
- Vashisth, P. (2025). Impact of YouTube advertisements on young consumers' purchase intentions. *Journal of Business Analytics and Data Visualization*, 6(1), 1–11.
- Walisah, T. (2019). Audiens dalam periklanan: Sebagai target market. *Jurnal Komunika Islamika: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Kajian Islam*, 5(2).
- Wardhana, A. (2016). Strategi Pemasaran Komunitas And Implikasinya Pada Loyalitas Merek Toyota Di Indonesia [Community Marketing Strategy and Its Implication on Brand Loyalty Toyota in Indonesia]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 11(2), 235-253.
- Wulandari, G. A. (2015). Komunitas sebagai peluang baru pemasaran sosial.
- Yogantari, M. V., & Ariesta, I. G. B. B. B. (2021). Kajian pengaruh copywriting kreatif terhadap identitas brand Kedai Kopi Takeaway di Denpasar. *Jurnal Nawala Visual*, 3(1), 8-16.
- Zainudin, A. (2021). Tipografi. *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 1-131.

Website

Backtracks. (2023). *Why audio advertising is so effective*. Diakses

Dari: <https://www.backtracks.fm>

Kamini.id. (2023). *Review Mad for Makeup Spotless Second Skin Serum Concealer*.

Diakses pada 11 Februari 2025, dari <https://kamini.id/review-mad-for-makeup-spotless-second-skin-serum-concealer/>

Vokraf. (2023). *Strategi branding Mad For Makeup: Bagaimana brand ini bisa sukses*

di media sosial. Diakses pada 11 Maret 2025, dari <https://blog.vokraf.com/?p=8454>