

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2018). *Desain komunikasi visual : dasar-dasar panduan untuk pemula*. Penerbit Nuansa.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Frozen Food Berkonsep Makan Tengah di Rumah Makin Diminati di Tengah Pandemi. (2021). *Liputan* 6. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4614431/frozen-food-berkonsep-makan-tengah-di-rumah-makin-diminati-di-tengah-pandemi>
- Gunawan, I. (2015). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*.
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital*. ANDI.
- Mirzaqon, A., & Purwoko, B. (2018). *STUDI KEPUSTAKAAN MENGENAI LANDASAN TEORI DAN PRAKTIK KONSELING EXPRESSIVE WRITING*. *Jurnal BK UNESA*, 8(1). <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-bk-unesa/article/view/22037>
- Moriarty, S., Mitchell, N., & William, W. (2011). *ADVERTISING (kedepalan)*. Kencana.
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu (pertama)*. Kencana.
- Persentase Peningkatan Segmentasi Pasar Online di Masa Pandemi COVID-19. (2021). *Kumparan*. <https://kumparan.com/christy-evanda/persentase-peningkatan-segmentasi-pasar-online-di-masa-pandemi-covid-19-1vBja9BD426/1>
- Resmandi, I., Pandita Bastari, R., & Ari Prahara, G. (2020). *ANALISIS STRATEGI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL LABEL REKAMAN INDEPENDEN DI ERA DIGITAL: STUDI KASUS STRATEGI KOMUNIKASI DARI SUN EATER RECORDS*. 05.

- Satu, B. (2020). Covid-19 di Indonesia, Kedai Sayur Luncurkan Layanan Business -to- Consumer. <https://www.beritasatu.com/ekonomi/638383/covid19-di-indonesia-kedai-sayur-luncurkan-layanan-business-to-consumer>
- Stefanus Kaihatu, T., Julivan Rumambi, L., & Djati, P. (2013). Membidik Pasar Ibu di Indonesia: Sebuah Kajian Efektivitas Pemilihan Media Beriklan Related papers.
- Strategi Mempertahankan Market Share Saat & Pasca Pandemi. (2020). Top Brand Awards. <https://www.topbrand-award.com/2020/08/strategi-mempertahankan-market-share-saat-pasca-pandemi/>
- Utama, J., & Aulia, R. (2021). ISU COVID-19 SEBAGAI IDE BESAR DALAM STRATEGI KREATIF IKLAN, SEBAGAI KEPENTINGAN PENJUALAN ATAUKAH PENCITRAAN?. *Jurnal Bahasa Rupa*, 5(1), 58-68.
- Widiatmoko Soewardikoen, D. (2021). Metode Penelitian Desain Desain Komunikasi Visual (Revisi). PT Kanisius.