

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, A. (2022). *10 Sektor Usaha dengan Jumlah Industri Mikro-Kecil Terbanyak di Indonesia (2020)*.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/30/mayoritas-industri-mikro-kecil-bergerak-di-sektor-makanan>
- Agusta, R., & Fatkhurohman, A. (2019). Pengembangan Fotografi Produk Dalam Pemasaran Digital Produk Konveksi Zubs di Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komputer*, 313–318.  
<https://ojs.amikom.ac.id/index.php/semhasabdimas/article/view/2441%0Ahttps://ojs.amikom.ac.id/index.php/semhasabdimas/article/view/2441/2261>
- Alfaruqy, M. Z. (2022). Generasi Z Dan Nilai-Nilai Yang Dipersepsikan Dari Orangtuanya. *PSYCHE: Jurnal Psikologi*, 4(1), 84–95.  
<https://doi.org/10.36269/psyche.v4i1.658>
- Andhita, P. R. (2021). Pengertian Komunikasi Visual. In *Komunikasi Visual* (p. 3). Zahira Media Publisher.  
[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=ico5EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=komunikasi+visual+menurut+para+ahli&ots=31dix-HnGD&sig=KPSuvKMOmhzz5gcaZgRZ5DpYz6A&redir\\_esc=y#v=onepage&q=komunikasi visual menurut para ahli&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=ico5EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=komunikasi+visual+menurut+para+ahli&ots=31dix-HnGD&sig=KPSuvKMOmhzz5gcaZgRZ5DpYz6A&redir_esc=y#v=onepage&q=komunikasi%20visual%20menurut%20para%20ahli&f=false)
- Ayu Nyoman, G., Kumala Dewi, A., & Ngurah Arya Putraka, A. (2022). Strategi Dan Penerapan Desain Konten Marketing Di Instagram Sebagai Brand Awareness Jealous Beauty Solution. *VISWA DESIGN: Journal ...*, 2(1), 2022–2037. <https://jurnal2.isi-dps.ac.id/index.php/viswadesign/article/download/1584/492>
- BOC, O. (2022). *Digital Marketing Trend 2022 di Indonesia*.  
<https://www.boc.web.id/digital-marketing-trend-2022-di-indonesia/>
- Cahyano Eddy. (2021, October). *Kecerdasan Digital, Disrupsi dan Indonesia Maju / Sekretariat Negara*.  
[https://www.setneg.go.id/baca/index/kecerdasan\\_digital\\_disrupsi\\_dan\\_indonesia\\_maju](https://www.setneg.go.id/baca/index/kecerdasan_digital_disrupsi_dan_indonesia_maju)
- CFCC. (2020). *6 Manfaat Membuat Konten Visual Untuk Bisnis*. TEKNOIA.  
<https://teknoia.com/manfaat-membuat-konten-visual-untuk-bisnis->

7462b57162f3

- Chitty, B., Edwina, L., Nigel, B., Sassenberg, A.-M., A.Ship, T., & Andrews, J. C. (2022). *Integrated Marketing Communications with Online Study Tools 12 Months*.  
[https://books.google.co.id/books?id=1ENMDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=imc+theory&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwj evLOm3ob3AhWFheYKHeLmBf4Q6AF6BAgCEAI#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=1ENMDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=imc+theory&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwj evLOm3ob3AhWFheYKHeLmBf4Q6AF6BAgCEAI#v=onepage&q&f=false)
- Christanto, M. (2021). Fotografi Sebagai Media Komunikasi Visual Dalam Digital Marketing. . *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 7(1), 195–196.  
<https://jurnal.ekadanta.org/index.php/danapati/article/view/135>
- Dave Chaffey, F. E.-C. (2018). Digital Marketing: Strateg, Implementation, and practice. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.
- Empat, R. (2011). *Food Photography Made Easy*.
- Ericha, A. (2022). *100 Pelaku Usaha Kecil Ikuti UMKM Go Online Virtual Expo 2022 – Ditjen Aptika*. <https://aptika.kominfo.go.id/2022/10/100-pelaku-usaha-kecil-ikuti-umkm-go-online-virtual-expo-2022/>
- Erwin, Kamaluddin Tajibu, & Andi Fauziah Astrid. (2020). Penerapan Food Photography Di Rubruk Kuliner Makassarterkini.Id. *Jurnal Washiyah*, volume 1(no.3), 719–736.
- Fabiana Meijon Fadul. (2019). *Kemampuan Food Photography Terhadap Peningkatan Berwirausaha dan Omzet Penjualan Produk Kuliner*. 214–223.
- Fadillah, S. N., & Setyorini, R. (2021). Analisis implementasi strategi content marketing dalam menciptakan customer engagement di media sosial Instagram Wakaf Daarut Tauhiid Bandung. *Menara Ilmu*, XV(02), 100–116.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76.  
<https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Firmansyah, M. A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Issue June).
- Firmanto, R. (2021). *Unsur Dalam Komunikasi dan Penjelasannya*.  
<https://jurnal.diary.co.id/unsur-unsur-komunikasi-dan-penjasannya/>
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*

- Pembangunan*, 1(2), 157–172. <https://stiemmamaju.ejournal.id/GJIEP/article/view/39>
- Haqqu, R. (2022). Produksi foto sebagai aktivitas komunikasi visual bagi pelaku UMKM Jawa Barat di media digital. *Altruus: Journal of Community Services*, 3(3), 51–54. <https://doi.org/10.22219/altruus.v3i3.22045>
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.
- Hermanto, Y. B., & Tresyanto, C. A. (2021). Strategi pemilihan media sebagai sarana komunikasi pemasaran pada wisata kota surabaya. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(4), 361–371. <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i4.3893>
- Hilmiana, H., & Kirana, D. H. (2022). Digitalisasi Pemasaran Dalam Upaya Untuk Meningkatkan Pendapatan Umkm Segarhalal. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 74. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i1.35886>
- Ignas Kleden, T. A. (2017). *Paradigma Ilmu Pengetahuan dan Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora di Indonesia*.
- Irawan, E., Haswanto, N., & Ratri, D. (2021). Kajian Elemen Visual Pada Foto Promosi Produk Fashion Lokal ‘Cotton Ink’ di Instagram. *Jurnal Desain Indonesia*, 03(01), 11–18. <https://doi.org/10.52265/jdi.v3i1.75>
- Jacobs, A. B. (2017). *Undergraduate Honors Theses Theses and Dissertations Spring*. 5–22. [https://digital.sandiego.edu/honors\\_theses](https://digital.sandiego.edu/honors_theses)
- Kardini, R. W., Nisyak, H., & Pratiwi, M. (2021). *Pemanfaatan Food Photography Dalam Media Sosial Instagram Sebagai Media Pemasaran Di Era Pandemi Covid-19*. [https://repository.unsri.ac.id/53402/%0Ahttps://repository.unsri.ac.id/53402/3/RAMA\\_70201\\_07031181722020\\_0002037805\\_0031059202\\_01\\_front\\_ref.pdf](https://repository.unsri.ac.id/53402/%0Ahttps://repository.unsri.ac.id/53402/3/RAMA_70201_07031181722020_0002037805_0031059202_01_front_ref.pdf)
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital | Philip Kotler,. In *Book* (p. 206). <https://book.asia/book/5594406/b5bd48>
- Limansetyo, H. (2021). *Dukungan Pemerintah Bagi UMKM Agar Pulih Di Masa Pandemi*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/2939/dukungan-pemerintah-bagi-umkm-agar-pulih-di-masa-pandemi>
- Lindawati Sri, Muhammad Hendri, J. H. (2020). *Pemasaran Digital*.

[https://books.google.co.id/books?id=nyr5DwAAQBAJ&printsec=copyright&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=nyr5DwAAQBAJ&printsec=copyright&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

- Luis, F., & Moncayo, G. (2021). *Strategi Pemasaran UMKM*.
- McLeod, S. (2018). Communication rights: Fundamental human rights for all. *International Journal of Speech-Language Pathology*, 20(1), 3–11.  
<https://doi.org/10.1080/17549507.2018.1428687>
- Merliyana, M., Saefurahman, A., Burdah, A., Hendrawati, H., Chandra, R., Sulistyowati, S., & Syamsuar, G. (2021). Pelatihan Fotografi Produk untuk Menambah Ketrampilan Berpromosi. *PROGRESIF: Jurnal Pengabdian Komunitas Pendidikan*, 1(2), 96–103.  
<https://doi.org/10.36406/progresif.v1i2.415>
- Mofokeng, T. E. (2021). The impact of online shopping attributes on customer satisfaction and loyalty: Moderating effects of e-commerce experience. *Cogent Business and Management*, 8(1).  
<https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1968206>
- Novianto, I. (2022). *Produksi Foto Sebagai Aktivitas Komunikasi Visual Bagi Pelaku Umkm Jawa Barat*. <https://kumparan.com/indra-imi/produksi-foto-sebagai-aktivitas-komunikasi-visual-bagi-pelaku-umkm-jawa-barat-1yYFLu8dQRL/full>
- Permana, I. P. H., & Pratiwi, N. K. A. N. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Pemasaran Bisnis Kuliner pada Komunitas Online @deliciousbali. *JUSTBEST: Journal of Sustainable Business and Management*, 1(1), 12–18. <https://doi.org/10.52432/justbest.1.1.2021.12-18>
- Pinem, R. J. (2021). Improving Product Photo Understanding for Product Marketing Performance. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 7(3), 851.  
<https://doi.org/10.37905/aksara.7.3.851-854.2021>
- Pramiswara, I. G. A. N. A. Y. (2021). Fotografi Sebagai Media Komunikasi Visual Dalam Promosi Budaya. *Danapati : Jurnal Komunikasi*, 1(2), 126–138.
- Pratiwi, M. I. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Perlambatan Ekonomi Sektor Umkm. *Jurnal Ners*, 4(2), 30–39. <https://doi.org/10.31004/jn.v4i2.1023>
- Purnama, P. A., & Tahalea, S. A. (2020). *Pelatihan Fotografi Produk Untuk Iklan Di Internet Saat Masa Pandemi Bersama Pemuda Tebet Melalui Daring Product Photography Training for Advertising on the Internet in the Pandemic Time With Tebet Youth Through Online*. 97–107.

- Rachmat Kriyantono, P. D. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif* (p. 20). PRENAADAMEDIA GROUP.
- Rahmi, Y. (2022). *Awas! Ini Masalah yang Mengintai Usai UMKM Go Digital*.  
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20220513/12/1532985/awas-ini-masalah-yang-mengintai-usai-umkm-go-digital>
- Rahmwati, D., Sariwati, Y., Octaviani, F., & Rahmayani, R. (2020). Pemanfaatan Fotografi Melalui Smartphone Untuk Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM. *Jurnal Sosial & Abdimas*, 2(1), 1–8.
- Rengga Andhita, P. (2020). *Komunikasi Visual*.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Komunikasi\\_Visual/ico5EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=komunikasi+visual&pg=PR7&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Komunikasi_Visual/ico5EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=komunikasi+visual&pg=PR7&printsec=frontcover)
- Samsu. (2017). Metode penelitian: teori dan aplikasi penelitian kualitatif, kuantitatif, mixed methods, serta research & development. In *Diterbitkan oleh: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA)*.
- Saraswati, D. A., Chatia, D., Program, H., Komunikasi, S., Sosial, I., Negeri, U., Alamat, Y., Colombo, J., No, Y., & Malang, K. (2020). Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co dalam Mempertahankan Brand Engagement Digital Content Marketing on the Social Media Instagram Account of Mojok.co in Maintaining Brand Engagement. *Jurnal Biokultur*, 9(2), 152–171.
- Saraswati, D. A., & Hastasari, C. (2020). Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co Dalam Mempertahankan Brand Engagement. *Biokultur*, 9(2), 152. <https://doi.org/10.20473/bk.v9i2.22980>
- Sari, W. P., & Irena, L. (2022). Komunikasi Visual Melalui Foto Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk Umkm. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 4(3), 633–642. <https://doi.org/10.24912/jbmi.v4i3.13271>
- Setiyawan, Y. (2017). *Pengembangan Buku Saku Food Photography Sebagai Sumber Belajar Fotografer Pemula*. 1–14.
- Soleh, M., & Adinugraha, H. H. (2022). PENERAPAN STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA UMKM DI MASA PANDEMI COVID19 (Studi Pada Mebel Putra Jaya Desa Spait). *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 5(1), 2620–6099. <http://repository.usu.ac.id>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (p. 194).

- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). Metode Penelitian Kualitatif. In Sunarto (Ed.), *Metode Penelitian Komunikasi* (p. 466). ALFABETA.
- Susanti, R., Silvia, E. D., & Ariani, F. (2022). Penerapan Strategi Digital Marketing Berbasis Konten Pada Ve Bordir Dan Sulaman Bukittinggi. *3*(2), 224–231.
- Sutanto, H. (2017). Efektivitas Penggunaan Instagram Melalui Tiga Tahap Analisis Pada Bebini Gelati Cafe. *5*(1).
- Tomang. (2018). *Digital Photography An Introduction* (S. Farrow (ed.)).
- Utamanyu, R. A., & Darmastuti, R. (2022). Budaya Belanja Online Generasi Z Dan Generasi Milenial Di Jawa Tengah (Studi Kasus Produk Kecantikan di Online Shop Beauty by Asame). *Scriptura*, *12*(1), 58–71.  
<https://doi.org/10.9744/scriptura.12.1.58-71>
- Widyastuti, S. R. I. (n.d.). *Manajemen komunikasi pemasaran terpadu*.