

DAFTAR PUSTAKA

- Brightstars. (2019). Digital Marketing Indonesia | Digital Media Advertising. Diambil dari Brightstars: <https://www.brightstars.co.id/>
- Febrianna, A. (2022, May 20). Brand Awareness: Pengertian, Indikator, Piramida dan Strategi Meningkatkan. Diambil dari DailySocial: <https://dailysocial.id/post/brand-awareness>
- Hermawan, A. (2012). Komunikasi Pemasaran. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). METODE PENELITIAN BISNIS: Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif. Malang: Media Nusa Creative.
- Hidayati, K. F. (2021, April 03). Hadirkan Kesan Formal dan Profesional dengan Font Serif. Diambil dari Glints: <https://glints.com/id/lowongan/huruf-serif-adalah/>
- Ilhamsyah, I. (2021). Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital.
- Ilhamsyah, I. (2021). Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital. Yogyakarta: Andi.
- Ismail. (2022, Oktober 16). Prinsip-Prinsip Dasar Desain Grafis. Diambil dari Evetry: <https://www.evetry.com/prinsip-prinsip-dasar-desain-grafis/>
- Johanna. (2023, April 12). Layout: Tata Letak dalam Desain, Ini Elemen dan Contohnya. Diambil dari dewaweb: <https://www.dewaweb.com/blog/apa-itu-layout/>
- Kasali, R. (2007). Manajemen Periklanan. (ed.5). Jakarta: Pustaka Utama.
- Kertamukti, R. (2015). Strategi Kreatif Dalam Periklanan. Jakarta: Rajawali Press.
- Kitalulus. (n.d.). Landing Page Kitalulus. Diambil dari Kitalulus: <https://www.kitalulus.com/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management 14th Edition. United States of America: Pearson.
- Kusrianto, A. (2009). Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: ANDI.
- Lke, I. (n.d.). Unsur - Unsur Tata Letak Desain Grafis. Diambil dari mediainformasionline: <https://www.mediainformasionline.com/2022/04/unsur-unsur-tata-letak-desain-grafis.html#top>

- Lumina. (n.d.). Landing Page Lumina. Diambil dari lumina.mba: <https://lumina.mba/>
- Machfiroh, R., Sapriya, & Komalasari, K. (2018). Charateristic of Young Indonesia Citizenship in the Digital Era, *Advance in Social Science Education and Humanities Research*, 08, 5-7. Atlantis Press.
- McCarthy, E. J., Perreault, J., W, D., & Cannon, J. P. (2010). *Basic Marketing a Global Managerial Approach* . New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Moriarty, S., Nancy, M., & Well, W. (2008). *Advertising (Vol. 8)*. Prenadamedia Group.
- Moriarty, Sandra, Mitchell, Nancy, & Wells, W. (2011). *Advertising. (ed.8)*. Jakarta: Kencana Prenada.
- MrShelor. (2023). Elements Of Art-Color Theory-Photography Composition=AC PATHWAY. Diambil dari quizlet: <https://quizlet.com/166186568/elements-of-art-color-theory-photography-compositionac-pathway-flash-cards/>
- Nanda, S. (2022, Agustus 10). Mengenal Gen Z, Generasi yang Dianggap Manja. Diambil dari Brain Academy: <https://www.brainacademy.id/blog/gen-z>
- Nugroho, & Setiadi, J. (2019). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Populix. (2021). *Perilaku Konsumen: Pengertian, Manfaat, Faktor, Teori & Model*. Diambil dari Populix: <https://info.populix.co/articles/perilaku-konsumen/>
- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Malang: UB Press.
- Pujiyanto. (2013). *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: ANDI.
- Ramdhan, A. (2019, Februari 7). Perbedaan Font Serif dengan Sans-Serif. Diambil dari kompasiana: <https://www.kompasiana.com/opraywinter/5c5be460677ffb1bf94d8bd3/perbedaan-font-serif-dengan-sans-serif>
- Rangkuti, & Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Rangkuti, F. (2008). *The Power of Brands*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rivers, William, L., Peterson, Theodore, & Jensen, J. W. (2003). *Media Massa dan Masyarakat Modern*. (ed.2). Jakarta: Prenada Media.
- Rosana, A. S. (2022). *Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi*. *Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 144-156.
- Royan, & Frans, M. (2005). *Marketing Celebrities*. (ed. 1). Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Saleh, H. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies*. Makassar: CV SAH MEDIA.
- Santoso, J. T. (2021, October 17). *Kenapa Sekarang Cari Kerja Susah*. Diambil dari Stekom: <https://stekom.ac.id/artikel/kenapa-sekarang-cari-kerja-susah>
- Sari, H. R. (2023, April). *Cara Terhindar dari Perusahaan Abal-Abal Saat Melamar Kerja di Job Fair*. Diambil dari Merdeka: <https://www.merdeka.com/uang/cara-terhindar-dari-perusahaan-abal-abal-saat-melamar-kerja-di-job-fair.html>
- Shimp, A., & Terence. (2000). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. (ed.5). Jakarta: Erlangga.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Soewardikoen, D. W. (2015). *Visualisasi Iklan Indonesia Era 1950-1957*. (ed. 2). Yogyakarta: Calpulis.
- Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian: Desain Komunikasi Visual*. Bandung: PT Kanisius.
- Staffinc. (2022). *Staffinc: End-to-end Digital Staffing Solution*. Diambil dari Staffinc.co: <https://staffinc.co/>
- Stone, M., Bond, A., & Foss, B. (2004). *Consumer Insight : How to Use Data and Market Research to Get Closer to Your Customer*. London: Kogan Page .
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The Dentsu Way : Secrets of Cross Switch Marketing from The World's Most Innovative Advertising Agency*. New York: McGraw-Hill.

Sukendro, G. G., & Pandrianto, N. (2019). Diagnosa Komunikasi Brand Activation Dan Media Digital Atas Eksistensi Brand Studio Rekaman Lokananta. *Jurnal Komunikasi*, 94.

Syafikarani, A. (2018). Kajian Komunikasi dibalik Makna Campaign A Mild "Nanti Juga Lo Paham". Bandung: *Ars: Jurnal Seni Rupa dan Desain*.

Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Semarang University.