

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (1st ed.). CV. syakir Media Press.
- Arifin, N. Y., Borman, R. I., Ahmad, I., Tyas, S. S., Sulistiani, H., Hardiansyah, A., & Suri, G. P. (2018). *Analisa Perancangan Sistem Informasi* (1st ed.) [Google Book]. Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
<https://books.google.co.id/books?id=LDxZEAAAQBAJ&lpg=PR2&ots=TttZqXiIqd&dq=jenis%20jenis%20perancangan&lr&hl=id&pg=PR2#v=onepage&q&f=false>
- Cakap. (n.d.). Wikipedia. Retrieved March 25, 2023, from
<https://id.wikipedia.org/wiki/Cakap>
- Effendi, N. I. (2022). *Digital Marketing* (1st ed.) [Google Book]. PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
<https://books.google.co.id/books?id=cC93EAAAQBAJ&lpg=PA52&ots=NvrYquWEoZ&dq=teori%20aisas&lr&hl=id&pg=PP3#v=onepage&q=teori%20aisas&f=false>
- Erlita, N. (2016). *POTRET PERIKLANAN DI MEDIA MASSA INDONESIA*.
Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial, 5, 2.
<https://publikasi.mercubuana.ac.id/files/journals/37/articles/2432/submission/copyedit/2432-5138-1-CE.pdf>
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital* (1st ed.). Penerbit ANDI.
- Irwansyah, R. (2021). *Perilaku Konsumen* (1st ed). Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.
<https://repository.penerbitwidina.com/id/publications/335466/perilaku-konsumen>
- Kertamukti, R. (2019). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan* (3rd ed). PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Listyawati, I. H. (2016). *Peran Penting Promosi Dan Desain Produk Dalam Membangun Minat Beli Konsumen*. *JBMA*, 3, 1.

- Nasution, S. E. A., Haswati, S. M. B., & Pamela, A. W. (2023). *PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI PASTFUTURE SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI MENGENAI KESEHATAN MENTAL. E-proceedings of Art & Design*, 10(2), 3283.
- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2017). *Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi. Jurnal Komunikasi Hasil Penelitian Dan Pemikiran*, 3, 1.
- Okazaki, S., Mueller, B., & Taylor, C. R. (2013). *Measuring Soft-Sell Versus Hard-Sell Advertising Appeals. Journal of Advertising*, 39(2), 7.
<https://doi.org/10.2753/JOA0091-3367390201>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. Jurnal Common*, 3, 1.
- Putra, R. W. (2020). *Pengantar Desain Komunikasi Visual Dalam Penerapan* (1st ed.) [Google Book]. Penerbit ANDI.
- Quipper. (n.d.). *Fresh Graduate*. Quipper Campus. Retrieved March 25, 2023, from <https://campus.quipper.com/kampuspedia/fresh-graduate>
- Rachmadi, T. (2020). *The Power Of Digital Marketing* (1st ed).
<https://books.google.co.id/books?id=RCzyDwAAQBAJ&lpg=PA3&ots=RoPA63yLWT&dq=digital%20marketing%20adalah&lr&hl=id&pg=PA3#v=onepage&q=digital%20marketing%20adalah&f=false>
- Santi, I. H. (2020). *Analisa Perancangan Sistem* (1st ed.) [Google Book]. PT. Nasya Expanding Management.
<https://books.google.co.id/books?id=PHYJEAAAQBAJ&lpg=PR9&ots=RHIG4G42h7&dq=jenis%20jenis%20perancangan&lr&hl=id&pg=PR4#v=onepage&q=jenis%20jenis%20perancangan&f=false>
- Santosa, S. (2007). *Creative Advertising* (1st ed). PT Elex Media Komputindo.
<https://books.google.co.id/books?id=yEtGDwAAQBAJ&lpg=PP1&ots=MU1qGPh86z&dq=advertising%20adalah&lr&hl=id&pg=PR4#v=onepage&q=advertising%20adalah&f=false>

- Silviani, Dr. I., & Darus, P. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Integrated Marketing Communication (IMC)* (1st ed., Vol. 1). Scopindo Media Pustaka.
<https://books.google.co.id/books?id=CTFAEAAAQBAJ&lpg=PA84&ots=UnpanRxdKo&dq=apa%20itu%20imc&lr&hl=id&pg=PR2#v=onepage&q=apa%20itu%20imc&f=false>
- Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual* (F. M. Bayu Anangga (ed.)). PT Kanisius.
- Syafikarani, A. (2018). *KAJIAN KOMUNIKASI DIBALIK MAKNA CAMPAIGN A MILD“ NANTI JUGA LO PAHAM.”* *Jurnal Seni Rupa Dan Desain*, 21, 2.
<https://journal.isi.ac.id/index.php/ars/article/view/2878/1546>
- Tasruddin, R. (2015). *Strategi Promosi Periklanan Yang Efektif*. *Jurnal Al-Khitabah*, 2, 1.
- Yulianto. (2018). *Buku Sakti Kuasai Desain Grafis* (1st ed.). Penerbit START UP.