

DAFTAR PUSTAKA

- Abdilla, F., Agung, & Mutiaz, I. R. (2016). PERSEPSI PEMIRSA TERHADAP PESAN IKLAN HIPERBOLA. *Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.25124/demandia.v1i01.176>
- Anggarini, A. (2021). *Desain Layout* (N. Martina & M. Fauzy (eds.)). PNJ Press.
- Ayu, M. (2022). *Jumlah Toko Retail Indonesia*. <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/jumlah-toko-retail-indonesia-mencapai-361-juta-pada-2021>
- Dewi, K., Rusfiana, Y., Subagyo, A., & Nuradhawati, R. (2021). *Teknik Analisa*. ALFABETA, CV.
- Dody, R. (2015). *Sisi Kreatif Dan Strategi Pesan*.
<https://prezi.com/6reeasnj29sa/sisi-kreatif-dan-strategi-pesan/>
- Fajrin, R. (2023). *Telkom Dukung Digitalisasi di Sektor Logistik melalui Platform Logee*. <https://pasardana.id/news/2023/6/15/telkom-dukung-digitalisasi-di-sektor-logistik-melalui-platform-logee/>
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (T. Q. Media (ed.)). CV. Penerbit Qiara Media. https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/342644678_Buku_Komunikasi_Pemasaran/links/5efe789b299bf18816fce6a/Buku-Komunikasi-Pemasaran.pdf
- Handes, H. (2019). CREATIVE PLANNING DAN STRATEGI PENGEMBANGAN PESAN KOMUNIKASI PEMASARAN. *Jurnal Al-Hikmah: Jurnal Dakwah*. <https://doi.org/https://doi.org/10.24260/al-hikmah.v13i1.1297>
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif ADVERTISING ERA DIGITAL* (D. Arum (ed.)). ANDI.
<https://books.google.co.id/books?id=1wwVEAAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Institut Seni Indonesia Surakarta, EIS, & Sipadu. (2020). *Mengenal Videografi*. Institut Seni Indonesia Surakarta. https://sipadu.isi-ska.ac.id/sidos/rpp/20211/rpp_111185.pdf
- Khairun, M. (2018). *Inilah 7 Elemen Copywriting*.
<https://www.scribd.com/document/493128552/7-Element-Copywriting-Tinggal-Contek#>
- Kriyantono, R. (2008). *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*. Kencana.
https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=WGVkqjQAAAAJ&citation_for_view=WGVkqjQAAAAJ:b0M2c_1WBrUC

- Latifah, A. (2016). *Modul Strategi Media*.
<https://www.bing.com/ck/a?!&&p=e866d03fab7af05JmldHM9MTY5MDQxNjAwMCZpZ3VpZD0yMDU0ZTk3Yi1hZDJIPTY1YWUtMmY4ZS1mODU4YWMYTY0NGQmaW5zaWQ9NTIxMw&pfn=3&hsh=3&fclid=2054e97b-ad2b-65ae-2f8e-f858ac2a644d&psq=strategi+media+PDF&u=a1aHR0cDovL3N0YWZmbmV3LnVueS5hYy5>
- Leap Telkom Digital. (2022, March 7). *LOGEE - Product Profile*.
<https://youtu.be/KAwOiT-zvxY>
- Liantoni, F. (2022). *Fotografi*. Eureka Media Aksara.
<https://repository.penerbiteureka.com/media/publications/356883-fotografi-499bed93.pdf>
- Martin, D. (2020). *SENI PENULISAN EFEKTIF UNTUK DIGITAL MARKETING*. Asosiasi Digital Marketing Indonesia.
<https://kemahasiswaan.unpam.ac.id/wp-content/uploads/2020/04/eBookD122020-Seni-Penulisan-Efektif-untuk-Digital-Marketing.pdf>
- MagangB. (2023). *Arti Penjelasan Pengertian MEDIA STRATEGY*.
<https://emiten.com/info/arti-penjelasan-pengertian-media-strategy-strategi-media-adalah/#:~:text=MEDIA STRATEGY%2C Strategi Media adalah Pemasangan sejumlah iklan memadai yang, frekuensi dan tempo penayangan iklan.>
- Mashur, R. (2016). *Perilaku Konsumen* (Mutmainnah (ed.)). Alauddin University Press.
- Milyane, T. M., Sutiapermana, A., Alfaramona, J., Titafielu, J. A. S., Hendrayani, Y., Dewi, N. P. S., Hanika, I. M., Mu'asfiodafi, A., Irwansyah, R., Afriza, E. S. D., Triwardhani, D., Syamsuriansyah, Sembada, A. D., Harahap, V. S., & Pravita, V. D. (2021). *Public Relations - Komunikasi Strategis, Digital dan Bertanggung Jawab Sosial* (A. Masrurroh (ed.)). Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.
<https://repository.penerbitwidina.com/media/publications/351769-public-relations-komunikasi-strategis-di-028574b4.pdf>
- Milyane, T. M., Umiyati, H., Putri, D., Juliastuti, Akib, S., Daud, R. F., Dawami, Rosemary, R., Adiarsi, G. R., Muhammad, F., Athalarik, Puspitasari, M., Andi, Ramadhani, M. M., & Rochmansyah, E. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (A. Masrurroh (ed.)). Penerbit Widina.
- Nainggolan, N. T., Munandar, Sudarso, A., Nainggolan, L. E., Fuadi, Hastuti, P., Ardiana, D. P. Y., Sudirman, A., Gandasari, D., Mistriani, N., Kusuma, A. H. P., Rumondang, A., & Gusman, D. (2020). *Perilaku Konsumen di Era Digital* (J. Simarnata (ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Najib, M., Iskandar, J., & Yusuf, A. M. (2020). ANALISIS PENGARUH MODEL AISAS (ATTENTION, INTEREST, SEARCH, ACTION & SHARE) TERHADAP TINGKAT LITERASI KEUANGAN SYARIAH

(STUDI KASUS FOLLOWERS INSTAGRAM PERBANKAN SYARIAH).
Islamic Banking Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah.
<https://doi.org/10.36908/isbank.v5i2.114>

Pradipta, A. (2018). *Gaya Eksekusi Iklan Digital Studio Workshop Depok Melalui Poster*. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/kom.v5i1.2661.g2326>

Purba, B., Banjarnahor, A. R., Kurniullah, A. Z., Handiman, U. T., Setiawan, Y. B., Hastuti, P., Ismail, M., Tanjung, R., Hana, K. F., Fachruddin, S., & Jamaludin. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (J. Simarnata (ed.)). Yayasan Kita Menulis.

Putri, S. E. (2020). PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BAURAN PROMOSI (PROMOTIONAL MIX) PADA MATAHARI DEPARTMENT STORE BENGKULU. *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bengkulu*.

Romeltea. (2021). *Website sebagai Hub Media Sosial, Media Utama Humas dan Marketing Online*. <https://romeltea.com/website-sebagai-hub-media-sosial-media-utama-humas-dan-marketing-online/>

Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Sobirin (ed.)). SAH Media.
[https://repository.unibos.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/401/Konsep dan strategi pemasaran Yusuf Saleh %26 Miah Said.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.unibos.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/401/Konsep%20dan%20strategi%20pemasaran%20Yusuf%20Saleh%20Miah%20Said.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran*. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah.
<https://www.bing.com/ck/a?!&&p=cdf6cfbb463bc99cJmltdHM9MTY5MDMyOTYwMCZpZ3VpZD0yMDU0ZTk3Yi1hZDJIPTY1YWUtMmY4ZS1mODU4YWMYTY0NGQmaW5zaWQ9NTE3NQ&pptn=3&hsh=3&fclid=2054e97b-ad2b-65ae-2f8e-f858ac2a644d&psq=buku+promosi+pdf&u=a1aHR0cDovL3JlcG9zaXRvcnkudWhhbWthL>

Soraya, I. (2018). *MODUL DASAR-DASAR PERIKLANAN*.
<https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/287155/Modul-Dasar-Dasar-Periklanan-2018.pdf>

Supply Chain Indonesia. (2023). *Kinerja Logistik Indonesia secara Global Meningkat, di ASEAN Justru Menurun*.
<https://supplychainindonesia.com/kinerja-logistik-indonesia-secara-global-meningkat-di-asean-justru-menurun/>

Syafikarani, A., Budiwaspada, A. E., & Setiawan, P. (2019). Analisis Teks Iklan Media Televisi A Mild “Nanti Juga Lo Paham.” *Sandyakala: Prosiding Seminar Nasional Seni, Kriya, Dan Desain*.

Taupasar. (2020). *Definisi Dan Penjelasan Promosi Penjualan Dalam Marketing*. Strategic. <https://www.taupasar.com/2020/05/definisi-dan-penjelasan-promosi.html>

Tjahjawan, I. (2022). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*.

Wahyuningsih, S. (2015). *DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*.

We Are Social Ltd. (2023). *THE CHANGING WORLD OF DIGITAL IN 2023*.
<https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/>

Wibawa, S. C. (2020). *Fotografi dan Videografi*.

https://www.researchgate.net/publication/346445663_Fotografi_dan_Videografi