

DAFTAR PUSTAKA

- Claudia, S. A. (2020). *STRATEGI PEMASARAN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Komunikasi Visual Yang Dilakukan “Kudos Café” Pada Akun Instagramnya Dalam Membangun Kesadaran Merek)* (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Witabora, J. (2012). Peran dan perkembangan ilustrasi. *Humaniora*, 3(2), 659-667
- Akbar, F. Dakwah Komunikasi Visual Akun Instagram@ senimansunnah (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Kuntariati, U., Rinayanthi, N. M., & Yani, N. W. M. S. A. (2020). Peran Komunikasi Visual Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung di Kawasan Heritage Gajah Mada Denpasar. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 11(1), 36-41.
- Mandasari, I., Syahminan, S., & Ismail, I. (2023). Komunikasi Visual: Strategi Geonusantara dalam Membagikan Informasi Fotografi. *Communication & SocialMedia*, 3(2), 68-73.
- Lester, P. (2006). Visual communication: Images with messages. (*No Title*).
- Nurusholih, S. (2019). Analisis retorika visual konten iklan produk pada account Instagram bank BNI. *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, dan Periklanan*, 4(2), 199-214.
- Afdhal, V. E., Wulandari, W., & Marta, W. (2021). Visual Communication in the Design of the " Fathiyah" Application as a Learning Media for Hijaiyah Letters in the COVID-19 Period. *Jurnal Teknologi Informasi dan Pendidikan*, 14(1), 64-72.
- Wijaya, P. Y. (1999). Tipografi dalam desain komunikasi visual. *Nirmana*, 1(1).
- Maunah, F. (2015). *Konsep Desain Komunikasi Visual Rubrik Fashion pada Majalah Hijabella Edisi Januari 2015* (Doctoral dissertation, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA).
- Sakina, F., & Aslami, N. (2022). Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing Terhadap Brand Equity. *Journal of Social Research*, 1(3), 178-184.

- Permana, I. P. H. (2021). Analisis Rasio Pada Instagram Untuk Penelitian Kualitatif Menggunakan Metode Ekploratif. *Jurnal Sistem Informasi Dan Komputer Terapan Indonesia (JSIKTI)*, 3(3), 44-55.
- Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis peran media sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan online. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 8920-8928.
- Setyaningsih, P. N., Suadnya, I. W., & Fajarica, S. D. (2020). Instagram social media content management in Family Planning Coordinating Board West Nusa Tenggara province as public relations strategies to create Brand Awareness. *JCommsci-Journal of Media and Communication Science*, 3(1), 1-11.
- Sitinjak, T. (2022). THE EFFECT OF VISUAL COMMUNICATION ON “CANTIK FEST” IN TOKOPEDIA TOWARDS BUYING INTEREST OF FEMALE CONSUMER IN JAKARTA. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 10(2), 221-236.
- Rogers, R. (2021). Visual media analysis for Instagram and other online platforms. *Big Data & Society*, 8(1), 20539517211022370.
- Aina, S. Q. (2022). FASHION PHOTOGRAPHY ON INSTAGRAM: A STUDY OF VISUAL ATTRACTION AND MESSAGES DELIVERED. *Arty: Jurnal Seni Rupa*, 11(2), 41-55.
- Alzubi, A. M. (2022). Impact of new digital media on conventional media and visual communication in Jordan. *Journal of Engineering, Technology, and Applied Science (JETAS)*, 4(3), 105-113.
- Putra, R. W. (2021). Pengantar desain komunikasi visual dalam penerapan. Penerbit Andi.
- Waluyanto, H. D. (2005). Komik sebagai media komunikasi visual pembelajaran. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 7(1).
- Sari, W. P., & Irena, L. (2021). Komunikasi visual melalui foto produk untuk meningkatkan nilai jual produk umkm. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 4(3).