

DAFTAR PUSTAKA

- (N.D.). Indonesia Social Media Statistics 2024: Most Popular Platforms. *The Global Statistics*.
<https://www.theglobalstatistics.com/indonesia-social-media-statistics/>
- Aesthetika, N. M., Febriana, P., Andi, F. M., & Recoba, A. M. (2023). *Buku Ajar Komunikasi Visual*. Sidoarjo: Umsida Press.
- Aimah, S. & Zahro, L. (2022). Inovasi Public Relation Melalui Pemanfaatan Media Sosial Kekinian. *Jurnal Tarbiyatuna*, 3(1), 117-131.
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146-150.
- Andriani, A. E., & Sulistyorini, S. (2022). *Equilibrium: Jurnal Pendidikan Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Selama Pandemi Covid-19*. 1.
[Http://journal.unismuh.ac.id/index.php/equilibrium](http://journal.unismuh.ac.id/index.php/equilibrium)
- Anggraini, S. L., & Kirana, N. (2014). Desain Komunikasi Visual. In *Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Nuansa Cendekia.
- Anisah, N., Sartika, M., & Kurniawan, H. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan Pada Mahasiswa. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 4(2), 94-107.
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu, *Kinesik*, 9(2), 176-182.
- Ardani, N. A. (2018). *Perancangan Desain Komunikasi Visual Dalam Bentuk Kampanye Instagram "Apresiasi Kerja Desainer."* 2(1), 203–223. [Http://jurnalaksa.stsrdvisi.ac.id](http://jurnalaksa.stsrdvisi.ac.id)
- Arifianto, P. F. (2021). Peran Komunikasi Visual Media Sosial Pada Bisnis Pangan Dan Kuliner Di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Seni Rupa & Desain*, 24(2), 123-128.
- Atmoko Dwi, B. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Media Kita.
- Baldwin, A. S., Rothman, A. J., Vander Weg, M. W., & Christensen, A. J. (2013). Examining Causal Components And A Mediating Process Underlying Self-Generated Health Arguments For Exercise And Smoking Cessation. *Health Psychology*, 32(12), 1209–1217.Brands. *Journal Of Theoretical And Applied Information Technology*, 15(1).
[Www.jatit.org](http://www.jatit.org)
- Budiman, M. A. (2008). *Jualan Ide Segar*. Yogyakarta: Galangpress Publisher
- Bungin, B. (2007). *Sosiologi Komunikasi (Teori, Paradigma, Dan Diskursus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Chiaravalle, B., & Schenck, B. (2007). *Branding For Dummies*. Indianapolis: Wiley Publishing, Inc.
- Chris, B. (2010). Media Sosial. In *Tactics And Tips To Develop Your Business Online* (John Wiley And Sons, P. 11). Business Online.
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed*. Pt Pustaka Pelajar.

- Desi, A. R. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram @Halodoc Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Followers. *Jom Fisip*, 7(1), 1.
- Desia, A. (2020). Kartala Visual Studies Analisis Desain Konten Instagram Sebagai Strategi Promosi @Dkv.Budiluhur. *Kartala Visual Studies*.
- Dewi, G. A. N. S. K. P., Dewi, A. K., & Putraka, A. N. A. (2022). Strategi Dan Penerapan Desain Konten Marketing Di Instagram Sebagai Brand Awareness Jealous Beauty Solution. *Viswa Design*, 2(1), 15–24.
- Dihni, V. A. (2022, February 16). Kesehatan Anak Muda Kian Memburuk Dalam 6 Tahun Terakhir. *Databoks*.
<https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/02/16/Kesehatan-Anak-Muda-Kian-Memburuk-Dalam-6-Tahun-Terakhir>
- Doorley, S., Holcomb, S., & Klebahn, P. (2018). *Design Thinking Bootleg*. California: Stanford University.
- Dubbelink, S. I., Soria, C. H., & Constantinides, E. (2021). Media Sosial Marketing As A Branding Strategy In Extraordinary Times: Lessons From The Covid-19 Pandemic. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 13, Issue 18). Mdpi.
<https://doi.org/10.3390/Su131810310>
- Elisabeth, M., Anggoro, O. P., & Lexi, P. B. L. (2020). Effect Of Visual Communication And Content In Media Sosial Services Instagram Buying Decisions Sweetescape Photography In Jakarta. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 6(2), 56–105.
<https://doi.org/10.30813/V6i2.2415>
- Fauziah, A., & Trenggana, A. F. (2016). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Tingkatan Brand Awareness Hijup.Com Di Kota Bandung. *Eproceedings Of Management*, 3(2), 1768–1775.
- Habsari, S. U. H. (2016). Analisa Semiotika Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat Lingkungan Hidup. *Jurnal Ppkm Ii*, 106-113.
- Hadiwijaya, A. S. (2023). Sintesa Teori Konstruksi Sosial Realitas Dan Konstruksi Sosial Media Massa. *Dialektika Komunika: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, 11(1), 75-89.
- Hanyfah, S., Fernandes, G. R., & Budiarmo, I. (2022). Penerapan Metode Kualitatif Deskriptif Untuk Aplikasi Pengolahan Data Pelanggan Pada Car_Wash. *Seminar Nasional Riset Dan Inovasi Teknologi (Semnas Ristek) 2022*.
- Helen Rusdi, F. (2018). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Prologia*, 2(2), 355–362.
<https://www.instagram.com/jktinfo/>
- Humaira, F. R. (2022, July 20). Media Informasi Yang Paling Sering Diakses Masyarakat. *Databoks*.
<https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/07/20/Media-Informasi-Yang-Paling-Sering-Diakses-Masyarakat>
- Julius, N. (2024, February 8). Data Jumlah Pengguna Instagram Di Indonesia 2024. *Upgraded.Id*.
<https://Upgraded.Id/Data-Jumlah-Pengguna-Instagram-Di-Indonesia>
- Khasanah, U., *Et Al*. (2024). Pengaruh Komunikasi Visual Animasi Stop Motion Instagram @Aulion Terhadap Persepsi Mahasiswa Fisip Universitas Djuanda. *Karimah Tauhid*, 3(3), 3802-3819.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif (I)*. Deepublish.
- Lasa Hs. (2009). *Kamus Kepustakawanan Indonesia*. Pustaka Book Publisher.

- Machyudin, A. H., & Susri, A. (2020). Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi Di Indonesia. *Jurnal Professional Fis Unived*, 7(2).
- Mahardika, I. B. N., Damayanti, C., & Wijayati, H. (2022). Kontribusi Diaspora Restoran Terhadap Nation Branding Indonesia Di Amerika Serikat. *Jurnal Ilmu Hubungan Internasional Lino*, 2(1), 18–30.
- Mardhiyani, N. L., & Budiastuti, L. (2021). Implementing The Visual Storytelling Model As A Branding Strategy Of Kandri Tourism Village On Instagram @Desawisatakandri. *E3s Web Of Conferences*, 317. <https://doi.org/10.1051/E3sconf/202131702018>
- Muharram, N. M. (2023). *Dasar-Dasar Public Relations*. Purbaligga: Eureka Media Aksara.
- Nasrullah, M. Si., Dr. R. (2018). Riset Khalayak Digital: Perspektif Khalayak Media Dan Realitas Virtual Di Media Sosial. *Jurnal Sositoteknologi*, 17(2), 271. <https://doi.org/10.5614/Sostek.Itbj.2018.17.2.9>
- Neumeier, M. (2006). *The Brand Gap*. California: New Riders.
- Ijaz, N. (2019). Art Of Visual Communication, Evolution And Its Impact. *Indian Journal Of Public Health Research & Development*, 9(12), 1726-1728.
- Philip Kotler, & Kevin Lane Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. In *Chapter Iii*. Erlangga.
- Pujianto, W. E. (2013). Pengaruh Sistem Pengukuran Kinerja Dan Sistem Reward Terhadap Total Quality Management Dan Kinerja Managerial Pada Mic Transformer Surabaya. *Jkmp*, 1(2), 111– 236.
- Pusparini, M. D. (2015). Konsep Kesejahteraan Dalam Ekonomi Islam (Perspektif Maqasid Asy-Syari'ah). *Islamic Ecomics Journal*, 1(1).
- Ramadoni, M. A., & Kurnia, E. (2023). Social Campaign Design Through ZisDigital Visual Communication Media For Baznas Institutions In South Sumatera Province. *Jurnal Komunikasi*, Vi(1).
- Randi Ilhamsyah, Maria G Wi Endang, & Rizky Yudhi Dewantara. (2016). Pengaruh Pemahaman Dan Pengetahuan Wajib Pajak Tentang Peraturan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Samsat Kota Malang). *Jurnal Perpajakan*, 8(1).
- Resmadi, I., Pandita Bastari, R., & Prahara, G. A. (2020). Analisis Strategi Media Komunikasi Visual Label Rekaman Independen Di Era Digital: Studi Kasus Strategi Komunikasi Dari Sun Eater Records. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 05(02). <https://doi.org/10.25124/Demandia.V%Vi%I.1283>
- Satori, D., & Komariah, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sitepu, E. S. (2011). *Professional Public Relations*. Medan: Usu Press.
- Solis, B. (2010). *Engage: The Complete Guide For Brands And Business To Build, Cultivate, And Measure Success In The New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Syafrida, H. S. (2021). *Metodologi Penelitian*. Penerbit Kbm Indonesia.
- Tasia, A., & Indra, R. (2022). Exploring Instagram's Visual Communication Effects Of Indonesia's Premium Fashion
- Tasya, R., & Aqida, N. S. (2022). Strategi Digital Branding Smb Telkom University Melalui Media Sosial Instagram. *E-Proceeding Of Management*, 9(3), 1700.
- Ting, H., Wong, W., De Run, E., & Lau, S. (2015). Beliefs About The Use Of Instagram: An Exploratory Study. *International Journal Of Business And Innovation*, 2(2), 15–31.
- Tjandrawibawa, P. (2023). Designing Bakgor Bobo Cen Brand Campaign To Increase Brand Awareness On Instagram. *Vcd Journal Of Visual Communication Design*, 08(1), 74– 89.
- Verrastro, V., Fontanesi, L., Liga, F., Cuzzocrea, F., & Gugliandolo, M. C. (2020). Fear The

- Instagram: Beauty Stereotypes, Body Image And Instagram Use In A Sample Of Male And Female Adolescents. *Qwerty*, 15(1), 31–49. <https://doi.org/10.30557/Qw000021>
- Wallschlaeger, Charles, & Cynthia Basic-Snyder. (1992). Basic Visual Concepts And Principles. In *Dubuque*. Brown (William C.) Co ,U.S.
- Wijaya, A., & Gischa, S. (2023, November 7). Generasi Muda: Pengertian Dan Batasannya. *Kompas*. <https://www.kompas.com/skola/read/2023/11/07/033000769/generasi-muda--pengertian-dan-batasannya?page=all#page2>
- Yanti, A. V., & Wijaya, L. S. (2022). Strategi Komunikasi Public Relations Dalam Membangun Brand Awareness Program Internasional. *Jurnal Scriptura*, 12(1), 43-57.
- Yulius, Y., & Putra, M. E. P. (2021). Metode Design Thinking Dalam Perancangan Media Promosi Kesehatan Berbasis Keilmuan Desain Komunikasi Visual. *Besaung: Jurbal Seni Desain Dan Budaya*, 6(2), 111-116.