

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Ni Ketut Yulia. (2003). *Segnrentasi Pasar, Penenfuuan Target, dan Penentuan Posisi (Ni Ketut Yulia A.)*.
- Aliwijaya, A. (2023). *The Development of Library Cafes in Encouraging User Productivity in Indonesia: A Literature Study Perkembangan Library Cafe dalam Mendorong Produktivitas Pemustaka di Indonesia: Studi Literatur*. 12, 30–35.  
<http://ejournal.unp.ac.id/index.php/iipk/index>
- Anjaya, A., & Deli. (2020). *STUDI PERBEDAAN KOMPOSISI PADA SINEMATOGRAFI DAN EFEK YANG DIHASILKAN* (Vol. 1). <http://journal.uib.ac.id/index.php/cbssit>
- Bahrin, S., Alifah, S., & Mulyono, S. (2017). Rancang Bangun Sistem Informasi Survey Pemasaran dan Penjualan Berbasis Web. In *Jurnal Transistor Elektro dan Informatika (TRANSISTOR EI)* (Vol. 2, Issue 2).
- Belasunda, R., Saidi, A. I., & Sudjudi, I. (2014). Hibriditas Medium pada Film Opera Jawa Karya Garin Nugroho sebagai Sebuah Dekonstruksi. *ITB Journal of Visual Art and Design*, 6(2), 108–129. <https://doi.org/10.5614/itbj.vad.2014.6.2.3>
- Dahmiri. (2020). Strategi Promosi Sebagai Upaya Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Sains Sosio Huaniora*, 4.
- Fadhallah, R. A. (2021). WAWANCARA. UNJ Press.
- FATMAYANTI, S. R. N. (2012). *ANALISIS IKLAN DAN ENDORSER TERHADAP PEMBENTUKAN BRAND AWARENESS SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECAP MANIS ABC*.
- Latiep, I. F., Reski, A., & Putri, F. (2023). *JOURNAL OF CAREER DEVELOPMENT Penggunaan Video Konten Dalam Memperkuat Promosi Produk*. 1(2).
- Lubis, U. H., & Azhar, A. A. (2023). *Trend Library Cafe dalam Mendukung Budaya Minat Baca Generasi Muda*.
- Magister, H., Universitas, M., & Yogyakarta, M. (2018). STRATEGI POSITIONING DALAM PERSAINGAN BISNIS (POINTS OF DIFFERENCE DAN POINTS OF PARITY). In *AJIE-Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship* (Vol. 03, Issue 03).  
<https://www.gooto.com/read/1051222/gai>
- Mahendra Siregar, M., Dwi Ningrum, L., Bintang, R., Mutiara, A., & Keberhasilan Bisnis Internasional Suhairi, U. (2023). *Copyright @ Strategi Segmentasi, Targeting, dan Positioning dalam Pasar Global: Pendekatan*.
- Mutiara, S., Hermansyah, T., & Nasichah, N. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Promosi Film Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(1), 52–60. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i1.529>
- Nijdam, N. A. (2009). *Mapping emotion to color*. <http://www.pdf4free.com>
- Nurhayati, D. (2017). *Pengembangan Modul Pembelajaran Berbasis E-Book untuk Mata Kuliah Kompetensi dan Perawatan*.
- Putra, G., & Sismanto, A. (2021). *PENGARUH STRATEGI SEGMENTING, TARGETING DAN POSITIONING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG DI KELURAHAN PAGAR DEWA KOTA BENGKULU*.
- Rosyida, A., Heryani, T., Fuadi, I., & Dinia, H. (2020). *STRATEGY SEGMENTING, TARGETING, DAN POSITIONING: STUDY ON PT SIDOMUNCUL*. [www.kontan.co.id](http://www.kontan.co.id)
- Soewardikoen, D. W. (2021). *Metodologi penelitian Desain Komunikasi Visual*. PT Kanisius.
- Sugiyanti, L., Arwani, A., Dewi, R. S., & Fadhillah, M. D. (2023). *Strategi Pemasaran Melalui Pemasangan Iklan Di Media Sosial*. 2(1), 215–225.
- Thiagarajan, S., Semmel, D. S., & Semmel, M. I. (1974). *Instructional Development: A Four-Step Model*.
- Utama, J., & Swasty, W. (2018). DAYA TARIK VISUAL SEBAGAI BRAND RECALL PADA IKLAN TELEVISI STUDI KASUS IKLAN MIZONE 2012 VERSI “TILT.” *Jurnal Bahasa Rupa*.
- Widiawati, Idrus, I. I., & Mario. (2023). *PERILAKU NONGKRONG ANAK MUDA DI CAFE (STUDI PADA PELANGGAN COFFEE SHOP KEDAI RAKYAT DI WATAMPONE)*.  
<http://ojs.unsamakassar.ac.id/sjs/issue>

Zakaria, F., Wijaya, G., Sakti Dewabrata, B., Syaa, A., Onny Siagian, A., Wijoyo, H., Sesuatu Yang Berbeda, M., Etnograa Gamer Perempuan di Yogyakarta Nurizky Adhi Utama, S., & Irawanto JMKI VOL, B. (2022). *Dari Pertunjukan Ke Media: Konvergensi Festival Musik Dalam Merespons Pandemi Covid-19 Perencanaan Media Sosial Dalam Sosialisasi Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) Tahun 2020 Kritik Komunikasi Kampanye Publik pada Kampanye Stunting Dinas Kesehatan Kulon Progo Tahun 2018 Analisis Intertekstualitas di Relief Candi Prambanan Makna Fisik Wanita.*