

DAFTAR PUSTAKA

- Afriandi, R., & Anisa, E. (2023). Utilization of Instagram social media as a means of promotion and preservation of Javanese Culture (Qualitative descriptive study on Instagram account @bpnb.diy). *Symposium of Literature, Culture, and Communication (SYLECTION) 2022*, 3(1), 819. <https://doi.org/10.12928/sylection.v3i1.14105>
- Ambrose, G., & Harris, P. (2005). *Basic Design 02: Layout*.
- Anggraini, Lia., & Nathalia, K. (2014). *Desain Komunikasi Visual Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Nuansa Cendekia.
- anindyaa1607. (2023, May 6). *Mengenal Lebih Dalam Tentang Moodboard: Pengertian, Sejarah, Fungsi, dan Cara Membuatnya*. IDMETAFORA.
- Annisa, Z. N., & Wulansari, D. (2024). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Di Staffee*. Ca Bouquet Sidoarjo.
- Any Noor. (2013). *Manajemen Event*.
- Assidiq Zabarrekha, M. (2023, November 15). *Tipografi: Pengertian, Elemen, Fungsi, Klasifikasi dan Tips Penggunaan*. Telkom University.
- Atabey, Z. (2024). Brand Strategy on the Instagram, the Visual Platform of Social media: A Study on Starbucks. *OPUS Toplum Araştırmaları Dergisi*, 21(6), 480. <https://doi.org/10.26466/opusjsr.1566258>
- Atmoko, D. B. (2012). *Instagram Handbook*.
- Butcher, J., & Pecot, F. (2022). Visually communicating brand heritage on social media: champagne on Instagram. *Journal of Product and Brand Management*, 31(4), 654–670. <https://doi.org/10.1108/JPBM-01-2021-3334>
- Carlina dan Sinta Paramita, G. (2017). PR Crisis Melalui Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 9, 81–86.
- Collister, S., & Roberts-Bowman, S. (2018). *Visual Public Relations Strategic Communication Beyond Text* (K. Moloney, Ed.). Routledge. www.routledge.com/Routledge-
- Creswell, J. W. (2013). *CRESWELLQualitative-Inquiry-and-Research-Design-Creswell*.
- Devyanti, K. N., Faylasuf, H. F., Zahir, R. H., Fami, A., & Wahyoedi, B. (2024). *Creating Instagram Feeds as Arts and Culture Weeks*

- Promotional Media with Canva Application and EPIC Method. *International Journal Software Engineering and Computer Science (IJSECS)*, 4(2), 711–720. <https://doi.org/10.35870/ijsecs.v4i2.2581>
- Dozier, D. M., & Broom, G. M. (1995). Evolution of The Manager Role in Public Relations Practice. *Journal of Public Relations Research*.
- Figma. (2022, November 15). *Types of Color Palettes: Definition, Examples, + Tips*. Figma.
- Frenika, M. , Verolyna, D. , & Kurnia Syaputri, I. (2024). *Analisis Elemen Komunikasi Visual Media Digital pada Akun Instagram@PINTERPOLITIK*.
- Gede Alit Citra Bayu, A. A., & Gede Yudarta, I. (2020). Kajian Elemen-elemen Visual Tampilan Akun Instagram Anddana.co. *Jurnal Seni Rupa Dan Desain*, 24(1), 35–40. www.liputan6.com,
- Gentes, A., Valentin, F., & Brulé, E. (2015). *Mood boards as a tool for the “in-discipline” of design*. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01238257>
- Gramedia. (2023, March 15). *Teori Warna Menurut Para Ahli & Color Wheel*. Gramedia Literasi.
- Gusti, I., Agung, A., Putri1, A., Nyoman, I., & Julianto2, L. (2023). Visual Elements as Promotion of Libong Coffee on Instagram Media. *VCD Journal of Visual Communication Design*, 08(2).
- Hakim, S. (2024, December 31). *TikTok jadi platform media sosial paling populer pada Tahun 2024*. Antara News.
- Handaruwati, I., & Dewi, A. M. (2021). Optimalisasi IGTV Sebagai Sarana Promosi Produk Bagi Perempuan Bekerja Korban Pemutusan Hubungan Kerja Pada Masa Pandemi Covid-19. *BIEJ: Business Inovation & Entrepreneurship Journal*.
- Hitopa Sukma, A., Pranawukir, I., Misnan, & Suandi, F. (2024). *Dialektika Komunika: Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah Implementasi Electronic Public Relations (E-Pr) Sebagai Ruang Informasi Publik Dalam Transformasi Tebet Eco Park*. 12, 97–109. <https://doi.org/10.33592/dk.v12i1.4451>
- Humas. (2024, August 22). *Lebih dari Sekadar Publikasi, 20 Contoh Acara Menarik Kreasi Humas*. Humas Indonesia.

- Humasindonesia. (2022, September 27). *Menilik Visual Public Relations*. Humasindonesia.Id. <https://humasindonesia.id/berita/menilik-visual-public-relations-841>
- Indana, W. (2024, May 13). *Fitur Terbaru Instagram Tahun Ini, Monggo Dicatet!* QuBisa.
- Indonesia, R. (2023, October 30). *5 Fungsi Elemen Visual dalam Press Release*. <https://radvoice.id/blog/fungsi-elemen-visual-dalam-press-release/>
- Iskandar, R., & Marta, W. (2022). Visual Communication Design Of Pandai Sikek's Brand Identity. *International Journal Of Dynamics In Engineering And Sciences (Ijdes) Lldikti Wilayah X*, 7(2). <https://doi.org/10.22216/jod.v7i2.1090>
- Jakus, D. (2018). *Visual Communication In Public Relations Campaigns*. 27(1), 25–36. <https://doi.org/10.14611/minib.27.03.2018.07>
- Kadiasti, R., & Mukaromah, M. (2022). Pendekatan Aisas Dalam Post Instagram Carousel Sebagai Strategi Promosi Pada Museum Ranggawarsita. *Jurnal Komunikasi Visual*, XV(1).
- Kendilima. (2023, July 13). *Public Relation Event: Membangun Citra dengan Gaya yang Keren*. Kendilima.Co.Id.
- Kotler, P. , & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management*.
- Leda, A. H. (2024, February 18). *Bagaimana Langkah-Langkah Analisis Kualitatif Menurut Miles dan Huberman?* Kompasiana.
- Liang, S., & Wolfe, J. (2022). *Getting A Feel Of Instagram Reels: The Effects Of Posting Format On Online Engagement*. *Journal Of Student Research*.
- Manullang, R. (2023). Efektivitas Penggunaan Sosial Media Instagram Dalam Branding Brand Baru Di Malam Minggu Group. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*.
- Maulidia, R. (2020). *Peran Humas Pemerintah Sebagai Sarana Komunikasi Publik (Studi Pada Bagian Humas Dan Protokol Pemerintah Kota Bogor)*. 14, 10–12.
- Milles, M. B., & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Universitas Indonesia Press.
- Mukhtazar. (2020). *Prosedur Penelitian Pendidikan* . Absolute Media.

- Nilamsari, N. (2014). Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif. *Wacana Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 13(2). <http://fisip.untirta.ac.id/teguh/?p=16/>
- Nugroho, A., Florina, I. D., & Edy, S. (2024). Menggali Strategi Visual dan Naratif@ tokomerekah dalam Membangun Brand Identitas di Instagram. *Journal of Education Research*.
- Pahleviannur, M. R., De Grave, A., Saputra, D. N., Mardianto, D., Sinthania, D., Hafrida, L., Bano, V. O., Susanto, E. E., Mahardhani, A. J., Amruddin, Alam, M. D. S., Lisya, M., & Ahyar, D. B. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pradina Pustaka. <https://doi.org/10.31237/osf.io/jhxxw>
- Pasla, B. N. (2025, March 23). *Visual Marketing: Manfaat, Jenis, dan Strategi*. BAMS .
- Pramestiningrum, A. R., & Sadono, T. P. (2022). Komunikasi Visual: Feeds Instagram @Yurezalina Dalam Membangun Self-Image. In *Relasi: Jurnal Penelitian Komunikasi* (Vol. 02, Issue 03).
- Quipper Campus. (n.d.). *Universitas Telkom - Info Pendaftaran, Akreditasi hingga Biaya*. Quipper Campus.
- Rahmayanti, N., & Yuliaty, F. (2024). Efektivitas Strategi Pemasaran Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kunjungan Pasien Lama Dan Baru Ke Rumah Sakit. *Didaktik: Jurnal Ilmiah Pgsd Stkip Subang*.
- Riadi, M. (2021, September 14). *Pengertian, Jenis, Karakteristik dan Manajemen Event*. Kajianpustaka.Com.
- Sakti, N. (2023, December 12). *Teknik Presentasi dalam Public Relations: Meningkatkan Kesenjangan Komunikasi* . Kompasiana.Com.
- Samara, T. (2007). *Design Elements: A Graphic Style Manual*. Massachusetts: Rockport Publisher Inc.
- Sejarah Program Studi Hubungan Masyarakat Digital*. (n.d.). Telkom University.
- Singleton, A. (2019, December 27). *What Is a Mood Board, and How Can It Influence My Website Design?* SmartBug Media.
- Subagio, V. A. (2024). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Pada Kedai Loeang Kopi Surabaya.

- Ranah Research: Journal Of Multidisciplinary Research And Development.*
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D).*
- Supriyono. (2010). *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi.* .
- Suwista, A. (2017, March 4). *Moalang Pro Typeface.* Behance.
<https://www.behance.net/gallery/49635803/Moalang-Pro-Typeface>
- Telkomsel. (2023, August 21). *Moodboard: Fungsi, Contoh, dan Cara Membuatnya.* Telkomsel.
- 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.*
- TUNFC. (2019). *Home.* TUNFC. <https://tunfc.com/home/>
- Universitas Ma Chung. (2022, May 25). *10 Makna Warna Berdasarkan Psikologi dalam Desain.* Universitas Ma Chung.
<https://machung.ac.id/artikel-prodi-dkv/makna-10-warna-berdasarkan-psikologi-dalam-desain/>
- Universitas Stikubank. (2024, April 17). *Pentingnya Visual dalam Konten Media Sosial: Membuat Gambar yang Menarik.* Universitas Stikubank.
<https://www.unisbank.ac.id/v3/pentingnya-visual-dalam-konten-media-sosial-membuat-gambar-yang-menarik/>
- Wahyu Saputri, K., & Jumino, J. (2023). Efektivitas Infografis sebagai Media Penyebaran Informasi Bidang Perpustakaan pada Akun Instagram @literatif.id. In *Jurnal Ilmu Perpustakaan* (Vol. 12, Issue 1).
- Yusuf, Y. (2017). *Instagram Sebagai Gaya Hidup Masyarakat Kota Pekanbaru (Studi Komunitas Instagram di Kota Pekanbaru).*