

DAFTAR PUSTAKA

- Budiono, T. A., & Yusuf, V. (2023). Pengaplikasian Disruption Roadmap sebagai Konsep Berpikir dalam Proses Kreatif Pembuatan Kampanye Periklanan. *Jurnal Desain*, 10(2), 263. <https://doi.org/10.30998/jd.v10i2.13103>
- Burgar, V. (2022). *Typographic Design for Learners*. <https://www.researchgate.net/publication/316090704>
- Darmawati, D. O., & Nim, S. (2023). *PEMBERIAN KARANGAN BUNGA KEPADA AHLI MUSIBAH MENURUT PERSPEKTIF MAJELIS ULAMA INDONESIA (MUI) KABUPATEN KEPAHLANG TESIS Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Magister dalam Hukum Keluarga Islam*.
- Firmansyah, A. (2020). *Buku-Komunikasi-Pemasaran*. 99–101.
- Fourqoniah, F., & Aransyah, F. M. (2020). *Pengantar Periklanan Buku Ajar*.
- Haris, A., Samosir, H. E., & Lubis, S. H. (2022). Marketing Communications as Strategy Expanding Market Share In Era 4.0. *International Journal of Social Science and Business*, 7(1), 188–198. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v7i1.53535>
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar strategi kreatif Advertising Era Digital* (Dian Arum, Ed.; I, Vol. 1). ANDI.
- Kabelen, N. W. (2020). PERKEMBANGAN VIDEOGRAPHY DARI ILMU HINGGA MENJADI SEBUAH PROFESI. In *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia (JESKOVSA)* (Vol. 04, Issue 02).
- Kotler, Philip., Keller, K. Lane., & Chernev, Alexander. (2022). *Marketing management*. Pearson Education Limited.
- Listiawan, T. (2016). PENGEMBANGAN LEARNING MANAGEMENT SYSTEM (LMS) DI PROGRAM STUDI PENDIDIKAN MATEMATIKA STKIP PGRI TULUNGAGUNG. In *Jurnal Ilmiah Pendidikan Informatika* (Vol. 1).
- Lunendonk, M. (2025, January 31). *What is Technology? Definition, Types & Examples*. <https://www.kevee.com/what-is-technology>
- Nazarudin, M. H. (2020). *MANAJEMEN STRATEGIK* (III).
- Percy, L., & Elliot, R. R. (2021). *Strategic Advertising Management* (Sixth). Bell & Bain Ltd.

- Putra, .W Ricky. (2020). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan* (Risanto Erang, Ed.; edisi 1). Penerbit ANDI.
- Rogers, M. E., & Storey, D. J. (1987). *Planning and Managing Public Relations Campaigns: A Strategic Approach (PR In Practice)* (C. R. Berger & S. H. Chaffee, Eds.; 1st ed.). Sage Publication.
- Safitri, Z., El, W., Sitorus, P. V., & Novyanti, I. (2024). Analisis SWOT terhadap Pengembangan Strategi Bisnis Pada Warung Makan Asyik Desa Balunijuk. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 140–153. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i3.967>
- Siswanto, A. H., & Haniza, N. (2021). *Buku Ajar 2021 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Jakarta*.
- Soewardikoen, W. (2021). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual* (B. Anangga, Ed.).
- Subasman, I., & Aliyyah, R. (n.d.). 568741-desain-kuesioner-penelitian-13960554.
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The Dentsu Way*.
- Suhardi, D. A., Susilo, A., Priyanto, S. H., & Abdi, A. S. (2022). Brand auditing and the development of the brand salience management model of the Statistics Study Program. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-022-00215-6>
- Sundaram, R., Sharma, R., & Shakya, A. (2020). POWER OF DIGITAL MARKETING IN BUILDING BRANDS: A REVIEW OF SOCIAL MEDIA ADVERTISEMENT. *Article ID: IJM_11_04_025 International Journal of Management*, 11(04), 244–254. <http://www.iaeme.com/IJM/index.asp244http://www.iaeme.com/ijm/issues.asp?JType=IJM&VType=11&IType=4JournalImpactFactor>
- Supriyanta. (n.d.). *PERKEMBANGAN FOTOGRAFI SEBAGAI MATA PEREKAM OBJEKTIF PENGHADIR REALITAS Supriyanta Program Studi Seni Program Doktor Institut Seni Indonesia Denpasar 115* |. <https://doi.org/10.52290/i.v15i2.200>
- Utama, J., & Swasty, W. (2018). satria, +Journal+manager, +05-Jiwa+Utama-DAYA+TARIK+VISUAL+SEBAGAI+BRAND+RECALL+PADA+IKLAN+TELEVISI+STUDI+KASUS+IKLAN+MIZONE+2012+VERSI+â€œTILTâ€œ. 2, 45.

Sumber Artikel

<https://www.kompasiana.com/elfaro/5725fc14959373da0985a14e/peranan-telekomunikasi-dan-jaringan-pada-internet>

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20240131152906-213-1056781/survei-apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>

<https://inet.detik.com/telecommunication/d-7565659/opensignal-biznet-jadi-provider-internet-tercepat-di-pulau-jawa>

<https://www.biznetnetworks.com/company/about-us>

<https://www.tempo.co/ekonomi/biznet-punya-500-ribu-lebih-pengguna-targetkan-konsumen-usia-18-45-tahun-256017>