

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2011). *Building Strong Brands*.
- Accenture. (2023). *B2B customer experience trends 2023*.
- Adiman, A. S. (2014). *Media Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Press.
- Aesthetika, N. M., Febriana, P., Andi, F. M., & Recoba, A. M. (2023). *Buku ajar komunikasi visual*. Umsida Press.
<https://doi.org/10.21070/2023/978-623-464-063-2>
- Ahmad Harun Yahya, S. (2019). New media dan strategi periklanan. *Aktualita: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 9(1), 17–31. Retrieved from <http://ejournal.an-nadwah.ac.id/index.php/aktualita/article/view/62>
- Aisah, S., & Harto, B. . (2024). Analisis Customer Journey dalam Meningkatkan Customer Experience Pelanggan di Fore Coffee Shop yang Berbasis Teknologi. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(3), 971–986.
<https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i3.3198>
- Al-Ghaniyy, I. R., Ariprahara, G., & Aulia, R. (2025). PERANCANGAN STRATEGI KAMPANYE MELALUI EVENT DANCE COMPETITION MILO LESS SUGAR PADA REMAJA DI KOTA BANDUNG. *eProceedings of Art & Design*, 12(1), 25-25.
- Aulia, M. F., & Atmami, H. (2023). Skema perancangan media visual kampanye (Ideological) bagi desain komunikasi visual. *DESKOVI: Art and Design Journal*, 6(1), 48-60.
- Chairunnisa, N., Ilhamsyah, I., & Barlian, Y. A. (2018). Perancangan Kampanye Pemberian Mp-asi Yang Baik Dan Benar Dengan Metode Blw (baby Led Weaning). *eProceedings of Art & Design*, 5(3).
- Darmalaksana, W. (2020). *Metode penelitian kualitatif studi pustaka dan studi lapangan*. Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Dodani, N. (2023). Tantangan dan langkah-langkah menyiasati mental health dan employee wellbeing di tempat kerja. Talentics.id. Retrieved from <https://www.talentics.id/resources/blog/tantangan-dan-langkah-langkah-menyiasati-mental-health-dan-employee-wellbeing-di-tempat-kerja/>

Efendi, D. A. K. (2024). *Pengaruh Digital Marketing, Brand Awareness dan Visual Merchandising Terhadap Keputusan Pembelian di PT. Gramedia Asri Media Cabang Badung* (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).

Faadhilah, N. A., Budi, S. M., & Lawe, I. G. A. R. (2022). Perancangan strategi promosi Griya Aura di Kota Cilegon. *eProceedings of Art & Design*, 9(5).

Fauziyah, R. N. (2022). Business model canvas: Contoh, pengertian, elemen, tips. Retrieved from <https://www.gramedia.com/best-seller/business-model-canvas/>

Febria Ningsih, Ririn, & Laswadi. (2023). PENGEMBANGAN MEDIA PEMBELAJARAN BERBASIS MACROMEDIA FLASH 8 PADA MATERI LINGKARAN. *EDU RESEARCH*, 4(4), 11-20. <https://doi.org/10.47827/jer.v4i4.121>

Fog, K., Budtz, C., & Yakaboylu, B. (2005). *Storytelling: Branding in practice*. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.

Harahap, W. L., Sapitri, R., & Abi Pratama, D. ANALISIS PENGGUNAAN IKLAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENJUALAN SABILA CRAFT DENGAN METODE AISAS ANALYSIS OF THE USE OF SOCIAL MEDIA ADVERTISING ON SABILA CRAFT SALES USING THE AISAS METHOD.

Ikandani, A. (2022). Simak beberapa cara meningkatkan positive well-being. UNAIR News. Retrieved from <https://unair.ac.id/simak-beberapa-cara-meningkatkan-positive-well-being>

Iriani, D., Parman, S., Fa'iq Hafizh, A., Rachmawati, I., & Awalturrohman Solihah, Y. (2023). Ambient Media Advertisement of Catur Insan Cendekia University to Improve Brand Awareness. *ADI Journal on Recent Innovation*, 5(1Sp), 97–110. <https://doi.org/10.34306/ajri.v5i1Sp.998>

Iskandar, S. M., Ilhamsyah, I., & Ningrum, N. N. (2025). PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI BRAND RECALL DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS MELALUI DESAIN POP DAN OOH PADA SUSU HILO ACTIVE. *eProceedings of Art & Design*, 12(1), 22-22.

Juharudin, U. (2024). Pengelolaan kesejahteraan karyawan di perusahaan multinasional di Indonesia: Antara harapan dan realitas. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(1). Retrieved from <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/16237/11315>

Julianto, D., et al. (2025). *Desain komunikasi visual era society 5.0*. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=trNDEQAAQBAJ>

Jumaini, J., Sadiman, S., & Atmojo, I. R. W. (2014). Upaya Meningkatkan Kemampuan Kognitif Membedakan Suara Melalui Media Audio Visual pada Anak Kelompok B2 TK Islam Permata Hati Jajar Surakarta Tahun Ajaran 2013/2014. *Kumara Cendekia*, 3(2), 212-219.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.

Kelvin, K. D. A., & Eladawiyah, S. D. (2024). IMPLEMENTASI EVENT MANAGEMENT DALAM OPTIMALISASI PUBLIC RELATIONS ORGANISASI. *JP2N: Jurnal Pengembangan Dan Pengabdian Nusantara*, 2(1), 11-19.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Lupton, E. (2017). *Design is storytelling*. Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum.

Mamis, S., Putra, I. N. A. S., Yusa, I. M. M., Aryanto, D., Yasa, N. P. D., Wahidiat, M. P., ... & Carollina, D. (2023). *DASAR-DASAR DESAIN KOMUNIKASI VISUAL (DKV): Panduan Lengkap Untuk Memasuki Dunia Kreatif Visual*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Maria, A., Kusuma, P., & Suprayogi, B. M. (2025). PERANCANGAN ULANG SITUS WEBSITE YAYASAN KESEHATAN PEREMPUAN SEBAGAI PENDUDKUNG DALAM PENDIDIKAN SEKSUALITAS BAGI REMAJA PUTRI. *eProceedings of Art & Design*, 12(1), 16-16.

Marsyah, A., & Bay, A. Z. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan Terhadap Praktik Manajemen Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 1(2), 222-232.

McKinsey & Company. (2022). *The Future of Corporate Wellbeing and Employee Engagement*.

Prajana, A. M., Syafikarani, A., & Tohir, M. (2022). Struktur komunikasi visual feed instagram bank bumh di tahun 2020: Studi kasus pada bank bri, bni dan btb di tahun 2020. *Serat Rupa: Journal of Design*, 6(1), 72-93. <https://doi.org/10.28932/srjd.v6i1.3877>

Pramono, A. R., Wirasari, I., & Syafikarani, A. (2023). PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS UMKM DELCHI PATISSERIE. *eProceedings of Art & Design*, 10(2).

Purba, L. S. L., & Sibarani, E. N. (2017). The Role of Organization Collage Student a Study Program to Build Leadership Character Candidate Chemistry Teacher. *Jurnal Pendidikan Kimia*, 9(1), 259–264. <https://doi.org/10.24114/jpkim.v9i1.6190>

Putri Nisya Dwi Maharani, Muria Putriana, & Menati Fajar Rizki. (2024). STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL JARIS & K DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS NETFLIX STUDI KASUS : IKLAN FILM STRANGER THINGS 4. *Journal of Social and Economics Research*, 6(1), 230-236. <https://doi.org/10.54783/jser.v6i1.406>

Sephia Dwi Titania, & Tri Andjarwati. (2024). PENGARUH EMPLOYEE WELL BEING, KEPUASAN KERJA DAN KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN DIVISI SDM PADA PT PERKEBUNAN NUSANTARA I REGIONAL 4 SURABAYA. *Musytari : Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 11(3), 131–140. <https://doi.org/10.8734/musytari.v11i3.7980>

Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature review keputusan pembelian dan minat beli konsumen pada smartphone: harga dan promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301-313. DOI: <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>

Sidarta, E. S., Wanga, M. W., Kohar, F., & Antonio, T. (2025). Pengaruh Advertising Awareness dan Direct Marketing Terhadap Brand Awareness Mahasiswa Baru Dalam Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ciputra Makassar. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 4(2), 2030-2036.

Sukartini, S., & Gaol, P. L. (2022). Pengaruh Budaya Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kelurahan Pejagalan Kota Administrasi Jakarta Utara. *Jurnal Sumber Daya Aparatur*.

Telkomsel. (n.d.). *About us*. Retrieved May 9, 2025, from <https://www.telkomsel.com/about-us>

Tumanggor, Y. P. D. (2021). *Implementasi Teori Warna pada Color Wheel untuk Menghasilkan Palet Warna Harmoni Menggunakan Color Compatibility Algorithm (Complementary, Analogous, Triadic)* (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).

Usamah, L. (2021). Eksistensi poster sebagai media cetak di era digital. Universitas Negeri Makassar. Retrieved from https://www.academia.edu/49029299/Eksistensi_Poster_Sebagai_Media_Cetak_di_Era_Digital

Yudhistira, D. A., & Shihab, M. S. (2023). The Influence of Brand Image and Brand Performance on the Brand Loyalty Uniqlo. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 6(2), 930-947.