

DAFTAR PUSTAKA

- A.Aji Tri Budianto dan Amelia Katini. (2019). PENGARUH LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA PT PERUSAHAAN GAS NEGARA (PERSERO) Tbk SBU DISTRIBUSI WILAYAH I Jakarta. *Parameter*, 4(2). <https://doi.org/10.37751/parameter.v4i2.42>
- Alamsari, H. I. (2010). Tinjauan Tentang Status Pekerja Kontrak Berkaitan Dengan Perjanjian Kerja Pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Karanganyar. *Trends in Cognitive Sciences*, 14(2), 88–100. <http://landing.adobe.com/en/sea/products/acrobat/69210-may-prospects.html?trackingid=KTKAA>
- Albari, A. (2002). Mengenal Perilaku Konsumen Melalui Penelitian Motivasi. *Jurnal Siasat Bisnis*, 1(7), 65–79. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol1.iss7.art4>
- Alkalah, C. (2016). *Televisi Production* (Vol. 19, Issue 5).
- Andang Fazri. (2009). MENGUKUR JUMLAH PAPARAN TVC YANG EFEKTIF BIAYA UNTUK MENIMBULKAN DAMPAK ATTENTION, INTEREST, DESIRE, DAN ACTION PADA KONSUMEN DI KOTA JAMBI. *Экономика Региона*, 1(Kolisch 1996), 49–56.
- Djami, D. E., & Sembiring, S. (2023). An analysis of the Influence of Customer Journey Mapping in Customer Retention Design on Shoppe E-commerce Using the Service Quality Method. *TeIka*, 13(01), 41–51. <https://doi.org/10.36342/teika.v13i01.3088>
- Fadhallah. (2020). *Wawancara*. UNJ PRESS.
- Fajar, N. (2020). *Teknik Analisis SWOT* (Lestari Nurti (ed.)). Anak Hebat Indonesia.
- Haerani, A., Apriliana, P., Apriliani, C. P., Nuraeni, E., & Astuti, A. D. (2024). Pemanfaatan Tawas sebagai Sediaan Antiperspiran dan Pasca-Cukur. *Jurnal Kesehatan Rajawali*, 14(1), 1–4. <http://ojs.rajawali.ac.id/index.php/JKR>
- Hasanudin, Rahmawati, E. D., & Suyatno, A. (2023). Strategi Promosi terhadap

- Peningkatan Volume Penjualan pada Toko Redjo AC Sukoharjo. *Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA)*, 1(3), 257–270.
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar strategi kreatif advertising era digita* (D. Arum (ed.); 1st ed.). ANDI.
- Indrayani Dalimunthe, G., Sartika Daulay, A., Rani, Z., & Rambe, R. (2024). Pembuatan Sediaan Roll On Penghilang Bau Badan Dari Kulit Jeruk Purut Di Kalangan Mahasiswa Universitas Harapan Medan. *Jukeshum: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 16–20. <https://doi.org/10.51771/jukeshum.v4i1.797>
- Jaiz, M. (2014). *Dasar-Dasar Periklanan* (1st ed.). Graha Ilmu.
- Jannah, F., Hadawiah, H., & Majid, A. (2022). Analisis Peran Media Promosi Pada PT. Mayora Dalam f Mempromosikan Produk Torabika. *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 2(2), 24–31. <https://doi.org/10.33096/respon.v2i2.44>
- Jecky, R. E. (2019). Pengaruh Iklan Media Elekteronik dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 1(3), 301–317. <https://doi.org/10.33752/bima.v1i3.5377>
- Joseph V. Mascelli. (2009). The Five C's of Cinematography by Joseph V. Mascelli. *Academia*, November, 21–22.
- Kartiniasari, M., & Hidayat, R. (2015). Pengaruh Media Iklan (above The Line & Below The Line) Produk Indihome Fiber Terhadap Keputusan Pembelian (studi Kasus Di Bandung Kota). *EProceedings of Applied Science*.
- Kurniawati, Y., & Lestari, S. (2021). Beauty Bullying or Body Shaming? Upaya Pencegahan Body Shaming Pada Remaja. *PLAKAT (Pelayanan Kepada Masyarakat)*, 3(1), 69. <https://doi.org/10.30872/plakat.v3i1.5483>
- Lestari, I. T. (2017). Hubungan Antara Prestasi Kerja Dengan Pengembangan Karir Pada Karyawan PT. Indosat Medan. *Universitas Medan Area*, 4(1), 1–23.

- Liantoni, F. (2022). *Fotografi*. EUREKA MEDIA AKSARA.
<https://doi.org/10.33393/gcnd.2020.2177>
- Luluk Tri Harinie, A. T. (2023). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Infes Media.
- Maftuhah.A, Harnina, S. ., & MUstikningtyas.D. (2015). Pengaruh Infusa Daun Beluntas (*Pluchea Indica*) Terhadap Pertumbuhan Bakteri *Staphylococcus Epidermidis*. *Unnes Journal of Life Science*, 4(1), 60–65.
<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/UnnesJLifeSci>
- Maharani, A. S. (n.d.). *Dinamika Pola Kerja di Wilayah Metropolitan (Studi Kasus DKI Jakarta)*.
- Mardiyannah, R. C. P. C. (2022). *ANALISA FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN SYAR'I DI TOKO KHADIJAH BALIKPAPAN*. 9(1), 356–363.
- Monalisa et al. (2023). Strategi Pemasaran (Mengukir Sukses Melalui Strategi Pemasaran Terbaik). In *Jurnal Pemasaran* (Issue December).
<https://www.researchgate.net/publication/376457319>
- Mubarok, A. (2019). Konsep Pengembangan Akhlak Peserta Didik Menurut Pemikiran Az-Zarnuji dan Transformasinya Di Madrasah Aliyah Putri Ali Maksum Krapyak Kulon Panggungharjo Sewon Bantul. *Universitas Islam Indonesia*, 33–42.
- Nathalia, L. A. S. & K. (2015). Desain Komunikasi Visual. *Aspek Desain Komunikasi Visual*, 172.
- Octarya, Z., Aisah, L., Salsabila, P. A., Kurniawati, Y., Kimia, P., Tarbiyah, F., Keguruan, D., Kunci, K., Badan, B., Bakteri, A., & Alami, B. (2023). *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu Universitas Asahan REVIEW : EFEKTIVITAS DEODORAN BAHAN ALAMI UNTUK MENGATASI BAU KETIAK (AXILA)*. 1, 2023.
- Oktaviana, M. I., Pahalawati, I. N., Kurniasih, N. F., & Genatrika, E. (2019). Formulasi Deodoran Spray dari Minyak Atsiri Daun Kemangi (*Ocimum*

- basilicum L.) sebagai Antibakteri Penyebab Bau Badan (*Staphylococcus epidermidis*). *PHARMACY: Jurnal Farmasi Indonesia (Pharmaceutical Journal of Indonesia)*, 16(2), 396. <https://doi.org/10.30595/pharmacy.v16i2.2965>
- Oparaocha, G., Pokidko, D., Adagbon, R., & Sutinen, E. (2014). Videography in the 21st Century Higher Education: Insights and Propositions from the Entrepreneurship Discipline. *Creative Education*, 05(13), 1213–1223. <https://doi.org/10.4236/ce.2014.513137>
- P Kotler, G. A. (2008). *Principles of Marketing*. Erlangga.
- P Kotler, G. A. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (17th ed.). Erlangga.
- Philip Kotler, K. L. K. (2016). *A FRAMEWORK FOR MARKETING MANAGEMENT* (Vol. 16, Issue 2).
- Purnama, N. I., Siswadi, Y., & Mujiatun, S. (2021). Model Perilaku Brand Switching Konsumen Dalam Pembelian Produk Otomotif. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 151–163. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7305>
- Putra, G. K., Fajri, R. A., & Praptiningsih, N. A. (2025). *Strategi Brand Activation Ninja Xpress Melalui Special Event*. 4(2), 461–470. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v4i2.5298>
- Putra, R. W. (2020). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan* (E. Risanto (ed.)). ANDI.
- Rahma, A. (2018). Event Sebagai Salah Satu Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fashion Nasional (Event Tahunan Jakcloth). *Nyimak (Journal of Communication)*, 1(2), 149–169. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v1i2.480>
- Ramadhan, Dr. Muhammad, S. P. M. M. (2021). *Metode Penelitian* (A. A. Effendy (ed.)). Cipta Media Nusantara.
- S Moriarty, N Mitchell, W. W. (2011). *Advertising*. Kencana.

- Saeed, R., Zameer, H., & Ahmad, I. (2015). Brand Activation: A Theoretical Perspective. *Journal of Marketing and Consumer Research* , 13, 94–99. <https://doi.org/doi:10.1107/S010827019500919X>
- Sao, W. (2025). Analisis Kampanye Komersial Media Sosial Sebagai Media Promosi Dalam Mendukung Perkembangan Bisnis Umkm Indonesia. *Sintesa*, 4(01), 221–241. <https://doi.org/10.30996/sintesa.v4i01.12885>
- Setianingrum, Y. (2017). Kreativitas dalam Desain Iklan Rokok di Jawa, 1930-1970an. *Lembaran Sejarah*, 9(2), 156. <https://doi.org/10.22146/lembaran-sejarah.23775>
- Soewardikoen, D. (2019). *Metode Penelitian DKV* (F. Anangga (ed.)). PT Kanisius.
- Sofiyana, A., & Fahmi, I. (2025). Analisis Penerapan Model AISAS pada Media Sosial Instagram oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama Republik Indonesia. *Journal of Accounting and Finance Management*, 5(6), 1432–1440. <https://doi.org/10.38035/jafm.v5i6.1330>
- Sugiyanto, S. M., & Sudarno. (2024). *Proses pelaksanaan event roadshow film petualangan sherina 2 pt kreasi karya bangsa untuk indofood*. 5, 150–161.
- Sugiyono. (2013). Metode Dan Tehnik Penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). Perilaku Konsumen. *Eureka Media Aksara*, November 2022 Anggota Ikapi Jawa Tengah, 212.
- Suyanto, M. (2004). *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan* (1st ed.). ANDI.
- Syafikarani, A., Tohir, M., & Prajana, A. M. (2022). Strategi Komunikasi Visual pada Iklan Animasi Khong Guan “Sebuah Kenangan Manis.” *Jurnal Desain*, 9(2), 143. <https://doi.org/10.30998/jd.v9i2.9194>
- Thang, C., & Iswanto, R. (2023). Perancangan Brand Activation Untuk Start Branding Beserta Media Promosinya Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal VICIDI*, 13(1), 81–97. <https://doi.org/10.37715/vicidi.v13i1.3948>
- WIDYANINGRUM, H. P. (2021). FORMULASI DAN UJI AKTIVITAS

ANTIBAKTERI DEODORAN KRIM DENGAN VARIASI MINYAK
ATSIRI BUNGA KENANGA (*Cananga odorata* var. *Macrophylla*)
SEBAGAI PENGHILANG BAU BADAN. *Paper Knowledge . Toward a
Media History of Documents.*