

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Aesthetika, N. M., dkk. (2023). *Buku Ajar Komunikasi Visual* (cetakan pertama). Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Aisyah, Siti, dkk. (2021). *Dasar-dasar Periklanan* (cetakan pertama). Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Anggraini, Anggi. (2021). *Desain Layout* (cetakan pertama). Jakarta: PNJ Press.
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M.V., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran* (cetakan pertama). Sleman: Deepublish.
- Fatihudin, D. & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Sleman: Deepublish.
- Firmansyah, Anang. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (cetakan pertama). Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Handaru, W. C. & Setiawan, A. (2023). *Merancang Identitas Visual untuk Pasar Tradisional* (Cetakan pertama). Malang: UB Press.
- Hartini, Sudirman, A., Wardhana, A. (2022). *Manajemen Pemasaran (Era Revolusi Industri 4.0)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Kahfi, A. Y. (2021). *Teori Warna: Pengenalan dan penerapan warna dalam dunia fashion*.
- Kusumawati, Intan, dkk. (2023). *Pengantar Pendidikan*. Batam: CV. Rey Media Grafika.
- Mamis, S., dkk. (2023). *Desain Komunikasi Visual* (Cetakan pertama). Solok: PT Mafy Media Literasi Indonesia.
- Ngatno. (2018). *Manajemen Pemasaran* (edisi pertama). Semarang: EF Press Digimedia.
- Nugraha, J. P., dkk. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (cetakan pertama). Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Putri, D. E., dkk. (2021). *Brand Marketing* (cetakan pertama). Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Rizal, Ahmad. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0* (cetakan pertama). Sleman: Deepublish.
- Sudirman, Acai, dkk. (2024). *Manajemen Merek* (cetakan pertama). Bandung: Widina Media Utama.
- Susanto, S. M. (2015). *Concept Design & Illustration: Ilustrasi sebagai Elemen Desain dalam Karya Fiksi* (Edisi pertama). Universitas Ciputra.
- Soewardikoen, D. W. (2021). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: PT. Kanisius.
- Swasty, W. (2016). *Branding : Memahami dan Merancang Strategi Merek* (cetakan kedua). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Uluwiyah, A. N. (2022). *Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat* (cetakan pertama). Yogyakarta: CV Multi Pustaka Utama.
- Wahyuningsih, S. (2015). *Desain Komunikasi Visual* (Cetakan kedua). Madura: UTM Press.
- Wicaksono, S. R. (2021). *Product Life Cycle untuk Produk Berbasis IT* (edisi pertama). Malang: CV. Seribu Bintang.
- Wiswasta, I. G. N. A., Agung, I. G. A. A., & Tamba, I. M. (2018). *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha)* (cetakan pertama). Denpasar: Universitas Mahasaraswati Press.

Sumber Jurnal

- Adhitama, A. K., Sylvia, M., & Hartanto, D. D. (2021). Perancangan *Repositioning Brand Tire Strike*. *Jurnal DKV Adiwarna*. 10(2), 1-10. Retrieved from Petra Christian University.
- Adinugraha, R. & Wati, K. M. (2024). Analisis SWOT dan STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*) untuk Menetapkan Strategi Pemasaran Digital pada UMKM - Mie Bergaya. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*. 2(12), 540-549. Retrieved from Komunitas Menulis dan Meneliti.
- Adlini, M. N., dkk. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Jurnal Pendidikan*. 6(1), 974-980. Retrieved from Universitas Muhammadiyah Enrekang.
- Aisyah, T. L. & Alfikri, M. (2023). Analisis Model Komunikasi AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, dan Share*) pada *Beauty Platform* (Studi Kasus: *Brand Somethinc di Female Daily*). *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika dan Komunikasi*. 4(2), 616-626. Retrieved from LPPM STMIK Indonesia Banda Aceh.
- Al Farizi, F. A., El Chidtian, A. S. C. R., & Sulistyono, P. A. (2023). Eksplorasi Desain Logo NJP Bakery yang Efektif sebagai Upaya untuk Mencapai Konsistensi Branding. *Journal of Creative Student Research*. 1(6), 345-355. Retrieved from E Jurnal Politeknik Pratama.
- Amelia, K. P., & Lukito, W. (2022). *Brand Identity* pada Elemen Interior di Area Keberangkatan Bandara Internasional Kertajati. *Jurnal Vitruvian: Jurnal Arsitektur, Bangunan, dan Lingkungan*. 11(2), 113-122.
- Anwar, N., Hidayat, S., & Kadarisman, A. (2025). Desain Identitas Visual Meja Makan Rintis Jasa Kuliner Sehat dan Terjangkau. *e-proceeding of art & design*. 12(1), 167-184. Retrieved from Telkom University Open Library.
- Apriathama, R. & Efendi (2022) *Consumer Journey* dalam Pembelian Kendaraan listrik. *Prociding Working Papers Series in Management*. 14(2), 597-606. Retrieved from E-Journal Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Arlini, L. S., Prabawa, B., Yudiarti, D. (2023). Perancangan Brand Communication Klinik Damessa Family Dental & Skin Care. *e-proceeding of art & design*. 10(2), 1631-1650. Retrieved from Telkom University Open Library.

- Bangun, C. S. (2021). *Consumer Insight* untuk Pertumbuhan Usaha. *Jurnal Abdimas*. 8(1), 21-24. Retrieved from Universitas Esa Unggul.
- Budiman, C. A., Zain, A. F., & Murwonugroho, W. (2022). Persepsi Khalayak Sasaran Terhadap Kreativitas Elemen Iklan. 15(2), 93-111. Retrieved from Online Journal of ISI Yogyakarta.
- Fatyandri, A. N., dkk. (2023). *Analysis Industry Rivalry and Competition: Analisis Persaingan Kompetitif Perusahaan E-Commerce Shopee dengan Menggunakan Metode Porter's Five Forces*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 6(1), 101-110. Retrieved from Jurnal Murni Sadar.
- Febriyanti, T., Mansyur, M. H., & Abidin, J. (2023). Peran Orang Tua dalam Kemampuan Menghafal Al-Qur'an Anak di Kecamatan Telukjambe Kabupaten Karawang. *Jurnal Ansiru PAI*. 7(2), 254-26. Retrieved from Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Fiteriadi, R., Aslan, & Eliyah. (2024). Implementasi Program Tahfidz Al-Qur'an di Sekolah Dasar Swasta Islam Terpadu Al-Furqon. *Jurnal Teologi dan Tafsir*. 1(4), 152-161. Retrieved from Pondok Pesantren Baitul Qur'an.
- Fitriansyah, F., Alifiah, L., & Widiensyah, A. (2024). Komunikasi Pemasaran PT Dalim Fideta Koriesia dalam Menciptakan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Public Relations*. 5(2), 29-37. Retrieved from Jurnal Universitas Bina Sarana Informatika.
- Haerawan & Magang, Y. H. (2019). Analisis *SWOT* dalam Menentukan Strategi Pemasaran Alat Rumah Tangga di PT Impressindo Karya Stell Jakarta-Pusat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*. 5(2), 175-189. Retrieved from Universitas Mercu Buana.
- Haq, M. N., & Haryanti, N. (2025) Implementasi Strategi AISAS pada Instagram *Carousel* untuk Meningkatkan *Engagement* di Museum Muhammadiyah. *Jurnal Komunika*. 12(1), 77-81. Retrieved from <https://journal.uhamka.ac.id/index.php/komunika/article/view/18278>.
- I Gede Adi Sudi Anggara, Yasa, I. W. A. P., Pandawana, I. D. G. A., & Jayanegara, I. N. (2022). Flat Design sebagai Gaya Visual Asset Game "Attack of the Krona": Melalui Media Game Attack of the Krona. *Jurnal Bahasa Rupa*, 5(2), 219–226. <https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v5i2.967>
- Khaerani, H., Rohayati, Y., & Kusumayanti, I. N. (2023). Perancangan Perbaikan *Positioning* Produk Kemeja Schouten Berdasarkan *Perceptual Mapping* dengan Metode *Multidimensional Scaling*. *Jurnal of Management and Business*. 5(1), 750-765. Retrieved from Telkom University.
- Lukito, W., Prabawa, B., & Swasty, W. (2021). Peningkatan Daya Saing UMKM Minuman Olahan Kopi melalui Strategi Branding (Studi Kasus: Laskar Kopi Arjasari). *Jurnal Visualita*. 10(1), 1-14. Retrieved from DKV Universitas Komputer Indonesia.
- Mara Yasa, N. M. B. K., & Bintari, S. (2024). Pengaruh 3C terhadap *Revisit* dengan Mediasi *Consumer Journey* dan Dimoderasi oleh *Conversation*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*. 9(2), 339-355. Retrieved from FEB Universitas Syiah Kuala.

- Marsudi, U. & Nanda, J. (2020). Analisa Desain Ilustrasi Buku Cerita Anak Tema Sains Biologi Berjudul “Laskar Bakeri Baik”. *Narada Jurnal Desain dan Seni*. 7(2), 169-188. Retrieved from Universitas Mercu Buana.
- Millenia, A. P. & Dewi, C. K. (2021). *Decision Making Process* Menggunakan Model AISAS (Attention, Interest, Search, Action, dan Share) pada Celebrity Endorsed Advertisement Bittersweet by Najla. *e-proceeding of art & design*. 8(2), 1208-1217. Retrieved from Telkom University Open Library.
- Murtaqiatusholihat, Ali, M., & Hernawan, A. H. (2023). Pelatihan Metode Tilawah Evaluasi Simpel (TES) untuk Meningkatkan Kompetensi Guru Tahfidz Alquran. *Jurnal Riset Pedagogik*. 7(1), 474-484. Retrieved from Jurnal Universitas Sebelas Maret.
- Nuhadriel, Y., Japiana, M., & Keni, K. (2021). Pentingnya Brand Communication, Brand Experience, dan Brand Loyalty pada Ritel Furnitur: Brand Trust sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*. 26(3), 264-277. Retrieved from <https://doi.org/10.35760/eb.2021.v26i3.4075>.
- Nuryani, F. T., Nurkesuma, N., & Hadibrata, B. (2022). Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*. 3(4), 452-462. Retrieved from Dinasti Review Publisher.
- Panguriseng, A. A., & Nur, Irawati. (2022). Analisis Strategi Promosi dan Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*. 1(1), 55-56. Retrieved from Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada.
- Parijin, M. M. P. (2023). Pengaruh Daya Tarik Rasional Iklan Dan Daya Tarik Emosional Iklan Spotify Premium Terhadap Keputusan Berlangganan Pelajar Generasi Z Di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen dan Administrasi Bisnis*. 1(4), 323-341. Retrieved from <https://doi.org/10.59061/dinamikapublik.v1i4.443>
- Prabawa, B., Arumsari, R. Y., Swasty, W., Hendrawan, A., & Sari, C. P. (2020). Implementasi Media Branding bagi Sentra UKM Rest Area Pasir Jambu. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 3(1), 1-6. Retrieved from Journals of Telkom University.
- Putra, F. S. D., & Ayuswantana, A. C. (2023). Flat Design sebagai Gaya Visual Perancangan Asset Bangunan Pada Web “Peta Interaktif”. *Journal of Creative Student Research*. 1(6), 178-187. Retrieved from Pusat Riset dan Inovasi Nasional LPKD.
- Putri, D. R. L., Cahyani, A. N., Masturo, A. H., dkk. (2022). Pendampingan dan Pengembangan UMKM di Kelurahan Kepanjenlor melalui Re-Branding. *Indonesian Journal of Community Service and Engagement*. 1(2), 195-204. Retrieved from Rumah Jurnal Eduped.
- Raflyanto, M., Qeis, M. I., & Anto, P. (2023). Kajian Tipografi pada Logo UMKM Daddy's Takoyaki. *Jurnal Kreasi Seni dan Budaya*. 1(1), 1-10. Retrieved from Universitas Indraprasta PGRI.
- Rahman, Y. (2023). Analisis Konten Visual pada Akun Instagram Desa Ciburial sebagai Sarana Promosi Wisata. *Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*. 12(1), 13-25.

- Rizky, Hartin., Abidin, Yunus., & Damaianti, Vismaia Sabariah. (2022). Eksistensi *Faceless Story Book* Sebagai Media Aktivitas Literasi Keluarga. *Jurnal Riksa Bahasa*. 348-354. Retrieved from Prosiding Seminar Daring Internasional Universitas Pendidikan Indonesia.
- Robbani, Saefuddin. (2024). Analisis STP (*Segmenting, Targeting, dan Positioning*) pada Burgerax Tegal. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*. 13(1), 26-32. Retrieved from Universitas Sahid Surakarta.
- Sahetapy, J. P. (2013). Diferensiasi Produk, Strategi Merek, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Meubel UD Sinar Sakti Manado. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*. 1(3), 411-420. Retrieved from FEB Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Saktiendi, E., Herawati, S., Yenny, L. A., & Agusti, A. W. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow di Bumi Indah Kabupaten Tangerang. *Jurnal of Multidisciplinary Research*. 1(2), 197-210. Retrieved from *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*.
- Santosa, K. I. M. R. & Wahyu, A. P. (2024). Perancangan ILustrasi sebagai Media Promosi dan Visual *Branding* Pantai Cibuaya. *Jurnal Desain*. 11(2), 292-302. Retrieved from LPPM Universitas Indraprasta.
- Saputro, E. A., Putra, A. Y. T., Pratama, A., & Nurmawati. (2023). Pelatihan Strategi Membangun *Brand* untuk Bisnis *F&B* dengan Dekaka Shop. *Jurnal Ilmiah Populer*. 6(1), 67-72. Retrieved from STIKOM Bali.
- Sasikirana, A. N., Fauzi, A., & Soetrisnaadisendjaja, D. (2022). Motivasi Orang Tua Memilih Sekolah Berbasis Agama di Kecamatan Kebasen, Banyumas. *Jurnal Sinektik*. 5(1), 88-95. Retrieved from *E Journal* Universitas Slamet Riyadi.
- Sasmita, A. S. & Achmadi, N. S. (2022). *The Popularity of TikTok and the Implementation of the AISAS Model on Marketing Communications Through TikTok*. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 12(01), 62-76. Retrieved from *E Journal* Universitas Muhammadiyah Malang.
- Sitohang, G. S., dkk. (2023) Analisis Penggunaan Bahasa Baku dan Nonbaku terhadap Kehidupan Sehari-hari Generasi Milenial di Kota Medan. *Jurnal Bima*. 1(4), 70-77. Retrieved from Asosiasi Riset Ilmu Pendidikan Indonesia.
- Suwardikun, Didit Widiatmoko. (2009). Persuasi Melalui Ilustrasi dalam Iklan Cetak. *Jurnal Visual Art & Design*. 3(2), 129-136. Retrieved from *ITB Journal*.
- Syaadah, R., dkk. (2022). Pendidikan Formal, Pendidikan Non Formal dan Pendidikan Informal. *Jurnal Pendidikan dan Pengabdian kepada Masyarakat*. 2(2), 125-131. Retrieved from Perkumpulan Manajer Pendidikan Islam Indonesia Provinsi Sumatera Utara.
- Syatina, H., Zulfahmi, J., & Agustina, M. (2023). Peran Orang Tua dalam Meningkatkan Hafalan Al-Qur'an Anak. *Jurnal Ilmiah Prodi Pendidikan Agama Islam*. 13(1), 15-26. Retrieved from PAI STAIN Teungku Dirundeng Meulaboh.

- Tandion, F., R. Syah, T. Y., & Wahidi, K. R. (2024). Hubungan Antara *Brand Communication*, *Brand Image*, dan *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty*. *Journal Syntax Idea*. 6(1), 1-16. Retrieved from Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul.
- Wahyuni, A. & Syahid, A. (2019). Tren Tahfidz Al-Qur'an sebagai Metode Pendidikan Anak. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*. 5(1), 87-96. Retrieved from IAIN Metro Lampung.
- Zurani, I., Habibie, D. K., & Musfar, T. F. (2023). Strategi Komunikasi *Customer Journey* UMKM dalam Menghadapi Tantangan dan Peluang Situasi *the MEssy Middle*. *Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*. 23(2), 74-80. Retrieved from LPPM Universitas Bina Sarana Informatika.

Sumber Website

- Amrulloh, Khalid. (2024, Juli 20). Pendidikan Berbasis Agama Islam Semakin Diminati, Bagaimana Kesiapan Sekolah?. Diakses pada <https://www.nusadaily.com/pendidikan-berbasis-agama-islam-semakin-diminati-bagaimana-kesiapan-sekolah> (6 November 2024, 21:52).
- Balqis. (2021, Desember 20). Mengapa Harus Memilih Sekolah Berbasis Islam?. Diakses pada <https://msbsaceh.com/?s=Ini+Alasan+Mengapa+Harus+Memilih+Sekolah+Berbasis+Islami> (6 November 2024, 21:57).
- Bicaku, Enina. (16 Mei 2024). *Graphic Design Styles: A Visual Guide from Modern to Contemporary*. Diakses pada <https://looka.com/blog/graphic-design-styles/#stepone> (3 Juli 2025, 00:49).
- Sekolah Cikal. (2021, 21 Juli). Cikal Rilis Logo Baru Setelah 22 Tahun. Diakses pada <https://www.cikal.co.id/news?id=cikal-rilis-logo-baru-setelah-22-tahun-berdiri> (3 Juli 2025, 10:02).
- Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial Telkom University. (2022, Juli 9). Apa yang Dimaksud *Digital Marketing* Komunikasi Pemasaran. Diakses pada <https://scs.telkomuniversity.ac.id/apa-yang-dimaksud-digital-marketing-komunikasi-pemasaran/> (1 Maret 2025, 11:14).
- Frasa Agency. (2022, Agustus 29). *Drive Your Customer Journey with AISAS*. Diakses pada <https://frasa-agency.com/drive-your-customer-journey-with-aisas/> (9 Maret 2025, 14:04).
- Indiana University. (n.d.). 10.5 Promotional Mix: Advertising. Diakses pada <https://iu.pressbooks.pub/mktgwip/chapter/10-5-promotional-mix-advertising/> (7 Maret 2025, 10:36).
- Kurniasari, Dian. (2015, Juni 24). *As Big as Idea*. Diakses pada https://www.kompasiana.com/dian_kur/552a42f8f17e61b971d623b4/as-big-as-idea (23 April 2025, 13:10).
- Rahmita, Ainuni. (2024). 8 Keunggulan Sekolah Berbasis Agama untuk Anak, Jadi Lebih Disiplin?. Diakses pada <https://www.mooimom.id/mamapedia/8-keunggulan-sekolah-berbasis-agama-untuk>

[-anak-jadi-lebih-disiplin?srsId=AfmBOOrNfiPJSIf-ddAARA0_5c-KrFMMQ4pCiBq3f-zAmrcDNTqRDMGy](#) (6 November 2024, 21:36).

- Riadi, Muchlisin. (2022, Desember 25). Brand Communication (Pengertian, Aspek dan Indikator). Diakses pada <https://www.kajianpustaka.com/2021/06/brand-communication-pengertian-aspek.html> (26 Februari 2025, 15:01).
- Rohmawati, Y. (2023, Mei 7). Kenali Perbedaan hingga Strategi Marketing dan Promosi. Diakses pada <https://unair.ac.id/kenali-perbedaan-hingga-strategi-marketing-dan-promosi/> (5 Maret 2025, 11:48).
- Setiawan, Judhie. (2021, April 29). *Creative Art Consumer Insight*. Diakses pada <https://www.slideshare.net/slideshow/creative-art-consumerinsight/247263614> (8 Maret 2025, 11:38).
- Universitas Ma Chung. (2022, Mei 25). 10 Makna Warna Berdasarkan Psikologi dalam Desain. Diakses pada <https://machung.ac.id/artikel-prodi-dkv/makna-10-warna-berdasarkan-psikologi-dalam-desain/#> (27 April 2025, 11:23).
- Vedhitya, Mavellyno. (2023, September 20). Brand Communication, Strategi dalam Memperkuat Citra Merek. Diakses pada <https://www.marketeers.com/brand-communication-strategi-dalam-memperkuat-citra-merek/> (10 November 2024, 17:02).
- Yayasan Ciputra Pendidikan. (2021, Juni 11). Macam-macam Strategi Branding. Diakses pada <https://www.ciputra.ac.id/macam-macam-strategi-branding/> (25 Februari 2025, 09:38).
- Zainudin, Ahmad. (2021, November 11). Tren Font Slab Serif Tahun 2022. Diakses pada <https://desain-grafis-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/TREN-FONT-SLAB-SERIF-TAHUN-2022/0ebcdc7babc0de9a1d6c7d1c180bfc8183fa492> (11 Maret 2025, 14:16).

Sumber Gambar

- Al Azhar Yogyakarta. (2025). Unggahan *Feeds*. Instagram. Diakses pada https://www.instagram.com/alazhar_yogyakarta/ (7 Juli 2025, 22:36).
- Baig, Saud. (2024, Juni 26). *Brand Identity Emerge Core Innovations*. Diakses pada <https://www.behance.net/gallery/201853735/Brand-Identity-Emerge-Core-Innovations/modules/1144901631> (7 Juli 2025, 22:06).
- Bansal, R. (2023, April 28). *The Product Life Cycle: Understanding the Different Stages*. Diakses pada <https://www.linkedin.com/pulse/product-life-cycle-understanding-different-stages-reshu-bansal> (7 Juli 2025, 22:09).
- Binus University. (2021, Juli). Strategi Marketing pada Bisnis Aksesoris. Diakses pada <https://binus.ac.id/bandung/2021/07/strategi-marketing-pada-bisnis-aksesoris/> (7 Juli 2025, 22:06).

- Frasa Agency. (n.d.). *Drive Your Customer Journey With AISAS*. Diakses pada <https://frasa-agency.com/drive-your-customer-journey-with-aisas/> (7 Juli 2025, 22:07).
- Santika, R. (2023, 14 September). 11 Contoh Maskot Brand Lokal Unik, Keren, & Berkarakter. Diakses pada <https://www.sribu.com/id/blog/contoh-maskot/> (7 Juli 2025, 22:21).
- SD Ar Rafi' Drajat. (n.d.). Ar Rafi' Drajat *Primary School*. Diakses pada <http://www.sdarrafi2.sch.id/?m=1> (7 Juli 2025, 22:34).
- SD Tahfizh Metode TES. (2025). Unggahan *Feeds*. Instagram. Diakses pada <https://www.instagram.com/sdtahfizhmetodesbdg/> (7 Juli 2025, 22:26).
- SIT Fithrah Insani. (n.d.). SDIT Fithrah Insani 2. Diakses pada <https://fithrahinsani.org/sdit-fithrah-insani-2/> (7 Juli 2025, 22:30).
- STP Khoiru Ummah. (2019). SD Khoiru Ummah. Diakses pada <https://khoiruummah.id/sekolah-dasar/> (7 Juli 2025, 22:28).
- Tamara, L. (2024). Makna *AISAS* Bagi Saya di Dunia Marketing & Communication. Diakses pada https://www.linkedin.com/posts/lidyatamara_makna-aisas-bagi-saya-di-dunia-marketing-activity-7110938849505116160-L5wJ (7 Juli 2025, 22:07).
- Vriske. (2021). Prinsip-prinsip Desain. Diakses pada <https://vriske.com/prinsip-prinsip-desain/> (7 Juli 2025, 22:16).

Sumber Lainnya

- SD Tahfizh Metode TES. (2024, Oktober 9). Profil SD Tahfizh. Bandung: SD Tahfizh Metode TES.