

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Fitriyana, “Pengembangan Bandung Kota Kreatif Melalui Kekuatan Kolaboratif Komunitas.”
- [2] H. N. Sari, “Analisis Potensi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kripik Pisang Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020.
- [3] C. L. R. Winasis, “Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran),” *J. Ilmu Manaj. Terap.*, vol. 3, no. 04, 2022.
- [4] B. O. M. Ridha, Muhammad Abdi, “Kajian Pelestarian Warisan Budaya Dan Lingkungan Di Pusat Kota Balige Kabupaten Toba Samosir,” *Semin. Nas. “Kearifan Lokal dalam Keberagaman untuk Pembang. Indones.*, pp. 453–458, 2018.
- [5] D. S. Puspitarini, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House),” *J. Common*, vol. 3, no. 1, 2019.
- [6] Mahanum, “Tinjauan Kepustakaan,” *ALACRITY Journal Educ.*, vol. 1, no. 2, pp. 1–12, 2021.
- [7] C. K. Emerita, “Perancangan Media Promosi Untuk Produk Fashion Dari Bahan Limbah Kayu Jati Bojonegoro,” *J. DKV Adiwarna*, vol. 1, no. 14, 2019.
- [8] A. Y. Hasib, “Perancangan Media Promosi Untuk De.Ikat By Arni Kurnia,” *e-Proceeding Art Des.*, vol. 8, no. 6, p. 2998, 2021.
- [9] A. S. Carolina, “Perancangan Media Promosi Kain Tenun Lombok Nusa Tenggara Barat,” *J. DKV Adiwarna*, vol. 1, no. 14, 2019.
- [10] M. Faqih, “Efektivitas Penggunaan Media Pembelajaran Mobile Learning Berbasis Android,” *Konfiks J. Bahasa, Sastra dan Pengajaran*, vol. 7, no. 2,

2020.

- [11] N. Rizky, “Penggunaan Media Sosial Instagram Haloa Cafe Sebagai Komunikasi Pemasaran Online,” *J. Ilmu Komun.*, vol. 10, no. 2, 2020.
- [12] A. Ramadan, “Efektivitas Instagram sebagai Media Promosi Produk ‘Rendang Uninam,’” *J. Sains Komun. dan Pengemb. Masy.*, vol. 05, no. 01, pp. 64–84, 2021.
- [13] R. D. H. Yusuf, “Redesain Pembangunan Gedung Perpustakaan Pusat Universitas Muhammadiyah Maluku Utara,” *J. Tek.*, vol. 14, no. 1, pp. 72–78, 2021.
- [14] F. D. Jayatanti, “Teknik Copywriting Harga Untuk Marketing Online Bagi Pelaku Umkm Kerajinan Dan Souvenir Di Desa Pucang, Kabupaten Magelang,” *Bakti Hum.*, vol. 1, no. 2, pp. 21–27, 2021.
- [15] M. V. Yogantari, “Kajian Pengaruh Copywriting Kreatif Terhadap Identitas Brand Kedai Kopi Takeaway Di Denpasar,” *J. Nawala Vis.*, vol. 3, no. 1, pp. 8–16, 2021.
- [16] A. A. Tarigan, “Peran Copywriting Media Sosial Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Terhadap Produk West Burger,” Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan, 2021.
- [17] T. P. Astuti, “Gaya Desain Cover Buku Karya Djenar Maesa Ayu Tahun 2016,” Institut Seni Indonesia Surakarta, 2019.
- [18] D. Thejahanjaya, “Penerapan Psikologi Warna Dalam Color Grading Untuk Menyampaikan Tujuan Dibalik Foto,” *J. DKV Adiwarna*, vol. 1, 2022.
- [19] R. Iswanto, “Perancangan Buku Ajar Tipografi,” *J. Desain Komun. Vis. Nirmana*, vol. 23, no. 2, pp. 123–129, 2023.
- [20] D. G. S. Mangku, “Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Digital Marketing Di Kabupaten Buleleng,” *J. Pendidik. Kewarganegaraan Undiksha*, vol. 10, no. 3, pp. 1–24, 2022.

- [21] S. Al Farisi, “Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat,” *J. Din. Ekon. Syariah*, vol. 9, no. 1, p. 73, 2022.
- [22] S. H. Hotima, “Sosialisasi Pemanfaatan Kerajinan Tangan Menggunakan Stik Es Krim,” *Maj. Ilm. “PELITA ILMU,”* vol. 2, no. 2, pp. 19–26, 2019.
- [23] W. Kurniasih, “Pengertian Kerajinan: Manfaat, Tujuan, dan Jenis-jenis Kerajinan,” *GramediaBlog*, 2021. .
- [24] Kaharuddin, “Kualitatif: Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi,” *Equilib. J. Pendidik.*, vol. 9, no. 1, pp. 1–8, 2021.
- [25] P. D. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 19th ed. Bandung: Alfabeta, CV, 2013.
- [26] Y. U. Sondak, Sandi Hesti, Rita.N.Taroreh, “Faktor-Faktor Loyalitas Pegawai Di Dinas Pendidikan Daerah Provinsi Sulawesi Utara,” *J. EMBA*, vol. 7, no. 1, pp. 671 – 680, 2019.
- [27] I. M. A. Dwiwana, “Analisis Trend Pada Koperasi Primkoppos (Primer Koperasi Pegawai Pos) Periode 2012 - 2015,” *J. Akunt. Profesi*, vol. 10, no. 1, pp. 1–6, 2019.
- [28] D. W. Soewardikoen, *Metode Penelitian Desain Komunikasi Visual*, 1st ed. Yogyakarta: PT.Kanisius Yogyakarta, 2021.
- [29] S. Haryoko, *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*, 1st ed. Makassar: Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar, 2020.
- [30] A. P. Sanjaya, “Analisis Swot Dalam Penentuan Strategi Pemasaran Untuk Peningkatan Penjualan Mesin Diesel,” Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2020.

- [31] A. Hermanto, "Branding Dan Positioning Identitas Budaya Indonesia Dalam Pesan Iklan TV Komersial Bejo Bintang Toedjoe Jahe Merah," *J. Interak. J. Ilmu Komun.*, vol. 4, no. 1, pp. 24–40, 2020.