

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anwar Bahar Basalamah, “Jumlah UMKM di Kota Kediri Terus Bertambah,” *radar kediri*, 2023.
<https://radarkediri.jawapos.com/ekonomi/783042155/jumlah-umkm-di-kota-kediri-terus-bertambah>
- [2] KBBI, “Pengertian Bank.” <https://kbbi.web.id/bank>
- [3] O. J. Keuangan, “433_perbankan-17 mengenal bank umum_2018_small.”
[https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/images/FileDownload/433_perbankan-17 mengenal bank umum_2018_small.pdf](https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/images/FileDownload/433_perbankan-17%20mengetahui%20bank%20umum_2018_small.pdf)
- [4] G. Pratomo, “(BPR) Dalam Pasar Kredit Mikro dan Kecil di Eks-Karesidenan Besuki Tahun 2011 oleh Gigih Pratomo Abstract Pendahuluan Latar Belakang,” *Equilibrium*, vol. 9, No. 1, pp. 82–95, 2011, [Online]. Available:
<https://journal.uwks.ac.id/index.php/equilibrium/article/download/141/134>
- [5] M. I. Romadhan and D. S. A. Rusmana, “Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Media Promosi Pariwisata Berbasis Partisipasi Masyarakat,” *Prosding Semin.*, pp. 85–90, 2017, [Online]. Available:
<https://core.ac.uk/download/pdf/229669045.pdf>
- [6] Arum Wahyuni Purbohastuti, “Vol. 12, No. 2, Oktober 2017,” *Ekonomika*, vol. 12, no. 2, pp. 212–231, 2017.
- [7] Y. T. Kurnianto, “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pemasaran Minuman di Banjarbaru (Studi Pada Akun Instagram @tempatbiasa.kopi),” *Ilmu Komun.*, p. 8, 2020.
- [8] F. I. Kreatif, U. Telkom, F. I. Kreatif, U. Telkom, and B. P. Rakyat, “Perancangan Media Promosi Bpr Kartasura Makmur Jawa Tengah Media Promotion Design Bpr Kartasura Makmur,” vol. 3, no. 3, pp. 962–969, 2016.

- [9] F. M. F. Goenawa, "Perancangan Media Promosi Instagram Pada Galeri De La Macca Di Kota Makasar," *Desain Komun. Vis.*, vol. 8, pp. 153–160, 2021.
- [10] R. Megadini and M. L. Anggapuspa, "Perancangan Feed Instagram Sebagai Media Promosi Tape Ketan Surabaya," *J. Barik*, vol. 3, no. 1, pp. 69–81, 2021, [Online]. Available: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- [11] B. Mandiri, "Instagram Bank Mandiri," 2023.
<https://www.instagram.com/bankmandiri/>
- [12] B. Lestari, "Instagram Bank Perkreditan Rakyat Lestari."
https://www.instagram.com/bpr_lestari/
- [13] R. Indonesia, "Instagram Rumahweb Indonesia," 2023.
<https://www.instagram.com/rumahwebgram/>
- [14] Nurul Ichsan Hasan, *Pengantar Perbankan*. 2014. [Online]. Available: [file:///C:/Users/ASUS/Downloads/Pengantar Perbankan \(1\).pdf](file:///C:/Users/ASUS/Downloads/Pengantar%20Perbankan%20(1).pdf)
- [15] S. Sembiring, "Hukum Perbankan," 2012, [Online]. Available: https://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/1553/Sentosa_138949-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- [16] G. Agus, D. Maha, and N. N. Yuliarmi, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penyaluran Kredit BPR Di Provinsi Bali," *E-Jurnal Manaj. Univ. Udayana*, vol. 2, no. 6, pp. 284–293, 2011, [Online]. Available: <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/5451-1-9081-1-10-20130607.pdf>
- [17] D. S. Puspitarini and R. Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi," *J. Common*, vol. 3, no. 1, pp. 71–80, 2019, doi: 10.34010/common.v3i1.1950.
- [18] R. Syahputra, "Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan," *Ecobisma (Jurnal Ekon. Bisnis Dan Manajemen)*, vol. 6, no. 2, pp. 83–88, 2019, doi: 10.36987/ecobi.v6i2.8.

- [19] M. Mulyana, "Inisiasi VIII Strategi Promosi dan Komunikasi," *Mater. Tutor. Online Ekma 4216 Manaj. Pemasar.*, pp. 57–63, 2019.
- [20] J. Simarmata, *Rekayasa Web*. 2010. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=J8JpLoPUHGAC&printsec=frontcover#v=onepage&q=konten&f=false>
- [21] R. Ricko and A. Junaidi, "Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion)," *Prologia*, vol. 3, no. 1, p. 231, 2019, doi: 10.24912/pr.v3i1.6245.
- [22] S. M. Mahmudah and M. Rahayu, "Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan," *J. Komun. Nusant.*, vol. 2, no. 1, pp. 1–9, 2020, doi: 10.33366/jkn.v2i1.39.
- [23] C. M. Annur, "Ini Media Sosial Paling Efektif untuk Promosi Produk Investasi." <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/01/ini-media-sosial-paling-efektif-untuk-promosi-produk-investasi>
- [24] D. S. Haryani and S. Fauzar, "Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada UMKM Chacha Flowers," *J. Manajerial Dan Bisnis Tanjungpinang*, vol. 4, no. 1, p. h.12-20, 2021, [Online]. Available: <https://journal.stie-pembangunan.ac.id/index.php/manajerial/article/view/2227/61>
- [25] M. Anindita and M. T. Riyanti, "Tren Flat Design Dalam Desain Komunikasi Visual," *J. Dimens. DKV Seni Rupa dan Desain*, vol. 1, no. 1, pp. 1–14, 2016, doi: 10.25105/jdd.v1i1.1816.
- [26] Y. A. Kembaren, G. Kartono, and M. Mesra, "Analisis Karya Poster Berdasarkan Unity, Layout, Tipografi, Dan Warna," *Gorga J. Seni Rupa*, vol. 9, no. 1, p. 121, 2020, doi: 10.24114/gr.v9i1.18187.
- [27] M. V. Yogantari and I. G. B. B. Ariesta, "Kajian Pengaruh Copywriting Kreatif Terhadap Identitas Brand Kedai Kopi Takeaway Di Denpasar," *J. Nawala Vis.*, vol. 3, no. 1, pp. 8–16, 2021, [Online]. Available:

<https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/nawalavisual>

- [28] M. Purbasari and R. A. D. R. I. K. Jakti, “Warna Dingin Si Pemberi Nyaman,” *Humaniora*, vol. 5, no. 1, p. 357, 2014, doi: 10.21512/humaniora.v5i1.3034.
- [29] Priscilia Yunita Wijaya, “Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual,” *Nirmana*, vol. 1, no. 1, pp. 47–54, 1999, [Online]. Available: <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv/article/view/16040>
- [30] A. Haryono, “Studi Pembentukan Huruf Font Dengan Kurva Bezier,” *Teknika*, vol. 3, no. 1, pp. 69–78, 2014, doi: 10.34148/teknika.v3i1.22.
- [31] G. R. Akbar, “Penuaan kulit manusia dalam fotografi portrait,” *Skripsi S-I*, 2020.
- [32] M. M. dr. Muhammad Ramdhan, S.Pd., *Metode Penelitian*. Cipta Media Nusantara, 2021. [Online]. Available: https://books.google.co.id/books?id=Ntw_EAAAQBAJ&dq=metode+penelitian+adalah&lr=&hl=id&source=gbs_navlinks_s
- [33] N. Pandrianto and G. G. Sukendro, “Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement,” *J. Komun.*, vol. 10, no. 2, p. 167, 2018, doi: 10.24912/jk.v10i2.2619.
- [34] Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D / Sugiyono*. Surabaya: Alfabeta, 2014.
- [35] S. Arikunto, *Prosedur penelitian : suatu pendekatan praktik / Suharsimi Arikunto*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- [36] Djoko, *Metode penelitian : dalam teori dan praktek / P. Joko Subagyo*. Jakarta: Rineka Cipta, 1997.
- [37] P. M. V. Dewi, N. N. Suartini, and D. M. S. Mardani, “Kendala Mahasiswa Angkatan 2019 Dalam Pembelajaran Daring Semester Genap Tahun Ajaran 2019/2020 Pada Mata Kuliah Konten Bahasa Jepang Di Universitas

Pendidikan Ganesha,” *J. Penelit. Mhs. Indones.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–10, 2021, [Online]. Available:
[http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2497794&val=23858&title=Kendala Mahasiswa Angkatan 2019 Dalam Pembelajaran Daring Semester Genap Tahun Ajaran 20192020 Pada Mata Kuliah Konten Bahasa Jepang di Universitas Pendidikan Ganesha](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2497794&val=23858&title=Kendala%20Mahasiswa%20Angkatan%202019%20Dalam%20Pembelajaran%20Daring%20Semester%20Genap%20Tahun%20Ajaran%202019%2020%20Pada%20Mata%20Kuliah%20Konten%20Bahasa%20Jepang%20di%20Universitas%20Pendidikan%20Ganesha)

- [38] R. N. Fauziah, “Analisa SWOT: Pengertian, Manfaat, Tujuan, dan Cara Penggunaan,” *Gramedia*. <https://www.gramedia.com/best-seller/analisa-swot/>
- [39] N. W. Y. Astuti and A. Aprianti, “Implementasi Ajaran Catur Purusa Artha Dalam Membentuk Karakter Peserta Didik,” *Vidya Darsan J. Mhs. Filsafat Hindu*, vol. 3, no. 1, pp. 63–73, 2021.
- [40] G. Dyaloka Puspita, Lisa Adhrianti, “Strategi Komunikasi Pariwisata Kota Bengkulu,” vol. 1, no. 2, pp. 1182–1192, 2020, [Online]. Available:
https://journal.bakrie.ac.id/index.php/Journal_Communication_spectrum/article/view/1811/1422
- [41] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing management / Philip Kotler, Kevin Lane Keller*, 15th ed. London: Pearson Education, 2016.
- [42] J. G. Akollo, Y. Tarumasely, and M. Surur, “Meningkatkan Motorik Halus Anak Usia Dini melalui Teknik Kolase Berbahan Loleba,” *J. Obs. J. Pendidik. Anak Usia Dini*, vol. 7, no. 1, pp. 358–373, 2023, doi: 10.31004/obsesi.v7i1.3748.
- [43] D. Aryanti, U. P. Indonesia, I. S. Juhaida, and U. P. Indonesia, “Analisis Pengaruh Waktu Upload Konten terhadap Engagement Akun Media Sosial,” *Gastron. Tour.*, vol. 6, no. December, 2022.