

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kemenparekraf, “Indonesia Menjadi Inisiator Tahun Internasional Ekonomi Kreatif Dunia,” *Ekonomi Kreatif*. kemenparekraf.go.id, 2021. [Online]. Available: <https://www.kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Indonesia-Menjadi-Inisiator-Tahun-Internasional-Ekonomi-Kreatif-Dunia>
- [2] Kemenparekraf, “Ekonomi Kreatif dan 17 Subsektornya.” kemenparekraf.ri, 2023. [Online]. Available: <https://www.instagram.com/p/Cyn-o6XpCAZ/?igshid=MzRlODBiNWFiZA==>
- [3] I. G. N. M. Dananjaya and S. P. N. Primadewi, “Perancangan Creative Space Dengan Pendekatan Ekologis Di Canggü,” *J. Tek. Gradien*, vol. 11, no. 2, pp. 125–135, 2019, [Online]. Available: <http://ojs.unr.ac.id/index.php/teknikgradien/article/view/288>
- [4] D. Setyawan, “Gerakan Komunitas Cangkir Kamisan Membangun Ekonomi Kreatif Di Metro Lampung,” *BISNIS J. Bisnis dan Manaj. Islam*, vol. 3, no. 2, p. 394, 2016, doi: 10.21043/bisnis.v3i2.1503.
- [5] SABA, “SABA Takls Eps. 29: Praketa, Kedai Kopi yang Berkembang Sebagai Creative Hub,” SABA, Indonesia, 2023. [Online]. Available: <https://youtu.be/XdIYeEnwKJU?si=g5E5VKC98GQBOGvy>
- [6] A. Monavia, “Pegguna Instagram di RI Capai 106,72 Juta hingga Februari 2023.” dataindonesia.id, 2023. [Online]. Available: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pegguna-instagram-di-ri-capai-10672-juta-hingga-februari-2023>
- [7] J. Jiwantono, L. Natadjaja, and D. Kurniawan, “Perancangan Desain Konten Sosial Media tentang Sepak Bola melalui Instagram dengan berbasis Microblog,” *Desain Komun. Vis. Adiwarna*, vol. 18, no. 1, pp. 1–10, 2021, [Online]. Available: <https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/11236>
- [8] R. H. Saputra and P. Sulistyawati, “Perancangan Media Kampanye Perbaikan Literasi di Nusa Tenggara Timur Melalui Komunitas Buku Bagi

- Ntt,” *Citrakara*, vol. 3, no. 1, pp. 44–60, 2021, [Online]. Available: <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/citrakara/article/view/5101%0Ahttp://publikasi.dinus.ac.id/index.php/citrakara/article/viewFile/5101/2436>
- [9] M. A. M. Zuhri and L. Christiani, “Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Library Based Community (Studi Kasus Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo @Koperjas),” *J. Ilmu Perpust.*, vol. 7, no. 2, pp. 21–30, 2019, [Online]. Available: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/22899>
- [10] Sebumi.id, “Instagram Sebumi.id.” Sebumi.id, 2018. [Online]. Available: tema dramatisasi
- [11] M. Jakarta, “Instagram Manual Jakarta.” 2013. [Online]. Available: <https://www.instagram.com/manualjakarta/>
- [12] Kemenparekraf, “Instagram Kemenparekraf Republik Indonesia.” Accessed: Jan. 11, 2024. [Online]. Available: <https://www.instagram.com/kemenparekraf.ri/>
- [13] 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.
- [14] M. P. S. Sriwijaya, “Media Publikasi STABN Sriwijaya,” sriwijaya.ac.id. [Online]. Available: [https://www.publikasi-p3m.stabn-sriwijaya.ac.id/?mnu=3#:~:text=Media publikasi merupakan sebuah sarana,multimedia \(audio dan visual\)](https://www.publikasi-p3m.stabn-sriwijaya.ac.id/?mnu=3#:~:text=Media publikasi merupakan sebuah sarana,multimedia (audio dan visual))
- [15] Editor, “Apa itu Publikasi?,” publikasilampung.id. [Online]. Available: <https://publikasilampung.id/apa-itu-publikasi/>
- [16] T. T. Susanto, E. Kusnadi, and L. Retno, “Penggunaan spanduk dan brosur sebagai bahan penunjang media publikasi kegiatan,” *J. ABDIMAS BSI*, vol. 1, no. 3, pp. 576–584, 2018, [Online]. Available: <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas/article/view/4168>
- [17] Imsspada, “Kota Kreatif,” Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan. [Online]. Available: <https://Imsspada.kemdikbud.go.id/>
- [18] A. E. Putri, “The Influence of Instagram Account @jktinfo Toward

- Fulfillment of Traffic Information Needs (Survey Toward followers of instagram account @jktinfo),” 2020.
- [19] P. Komunikasi, “Pengertian Konten dan Jenis-Jenisnya,” www.komunikasipraktis.com. [Online]. Available: <https://www.komunikasipraktis.com/2019/05/pengertian-konten-dan-jenis-jenisnya.html?m=1>
- [20] M. Utari and R. Romyeni, “Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @Princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya,” *Jom Fisip*, vol. 4, no. 2, pp. 1–22, 2017.
- [21] R. Arifianti and M. B. Alexandri, “Activation of Creative Sub-Economic Sector in Bandung City,” *J. AdBispreneur*, vol. 2, no. 3, pp. 201–209, 2017.
- [22] Kemenparekraf, “Subsektor Ekonomi Kreatif,” kemenparekraf.go.id. [Online]. Available: <https://kemenparekraf.go.id/>
- [23] M. Saripuspa, “Peran Komunitas Kreatif Dalam Pembentukan Identitas Ruang Publik Abstrak The Role of The Creative Community in Shaping of Public Space ’ s Identity Abstract Pendahuluan Placelessness dapat diartikan sebagai tempat yang kehilangan keunikan akan budaya & tr,” *Tek. Arsit.*, 2014, [Online]. Available: <https://lib.ui.ac.id/m/detail.jsp?id=20387183&lokasi=lokal>
- [24] A. Anggi, *Desain Layout*, 1st ed. Depok, Jakarta: PNJ Press, 2021. [Online]. Available: <https://press.pnj.ac.id/book/Anggi-Anggarini-Desain-Layout/8/>
- [25] L. R. Gurning and A. Habibi Dirgantara, “Analisis Logo Uniqlo dalam Mencitrakan Uniqlo sebagai Merek Ritel Pakaian Asal Jepang melalui Penerapan Teori Charles Sanders Peirce,” *Magenta / Off. J. STMK Trisakti*, vol. 4, no. 02, pp. 629–651, 2020, doi: 10.61344/magenta.v4i02.57.
- [26] D. 2018 : Tjiptono, F ; Anastasia, “Landasan Teori اديج,” *Dasar-Dasar Ilmu Polit.*, vol. 13, pp. 17–39, 2016.
- [27] W. P. Ricky, *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Jakarta: Penerbit ANDI, 2021.
- [28] N. K. S Anggraini Lia, *Desain Komunikasi Visual Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*, Ke-4. Bandung: Nuansa Cendekia, 2016.

- [29] U. Bamai, “Pengertian, 5 Elemen Desain Layout, Manfaat, dan Prinsip Pembuatannya,” *Artikel Desain*. bamai.uma.ac.id, 2023. [Online]. Available: <https://bamai.uma.ac.id/2023/03/16/pengertian-5-elemen-desain-layout-manfaat-dan-prinsip-pembuatannya/#:~:text=terkonsep secara harmonis,Prinsip-prinsip pembuatan desain layout,keselarasan%2C kedekatan%2C dan ruang.>
- [30] Arifin Syamsul, “12 Jenis Layout untuk Desain Grafis dan Media Cetak,” *gamelab.id*. Accessed: Jun. 10, 2023. [Online]. Available: <https://www.gamelab.id/news/2319-12-jenis-layout-untuk-desain-grafis-dan-media-cetak-lengkap-dengan-gambar>
- [31] Anita, “Tips Memilih Layout Instagram Berdasarkan Jenis Bisnis Anda,” *ardata.co.id*. Accessed: Jun. 10, 2024. [Online]. Available: <https://ardata.co.id/tips-memilih-layout-instagram-berdasarkan-jenis-bisnis-anda/>
- [32] N. L. Arifah and M. L. Anggapuspa, “Pengaruh Elemen Visual Pada Konten Instagram Rintik Sedu Dalam Meraih Engagement Audiens,” *J. Barik*, vol. 4, no. 3, pp. 141–151, 2023, [Online]. Available: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- [33] D. S. W.A, *Warna Teori dan Kreativitas Penggunaanya*, Ke-2. Bandung: Penerbit ITB, 2002.
- [34] MEJILLÓN GONZÁLEZ YURI LISBETH TUTOR:, “Pengaruh Tigeline Gratis Ongkir Dan Iklan YouTube Dari Shopee Terhadap Brand Awareness,” vol. 3, no. 8.5.2017, pp. 2003–2005, 2022.
- [35] R. Muchlisin, “Copywriting (Pengertian, Tujuan, Peran, Unsur, Gaya dan Elemen),” *Pemasaran*. kajianpustaka.com, 2020. [Online]. Available: <https://www.kajianpustaka.com/2020/09/copywriting-dan-copywriter.html>
- [36] G. S. Wijaya Arfianti, “10 Jenis Copywriting,” *Kompas.com*. [Online]. Available: <https://www.kompas.com/skola/read/2023/12/03/030000769/10-jenis-copywriting?page=all>
- [37] Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 2nd ed. Bandung: Alfabeta CV, 2022.

- [38] R. Ajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*, Ke-1. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- [39] Salma, “Subjek Penelitian: Ciri, Fungsi, dan Contoh.” Deepublish, 2023. [Online]. Available: <https://penerbitdeepublish.com/subjek-penelitian/>
- [40] M. S. Dr. Rukin, S.Pd., *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF EDISI REVISI Oleh Dr. Rukin, S.Pd., M.Si.*, Ke-1. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- [41] W. S. Dudit, *Metode Penelitian Desain Komunikasi Visual*, Revisi. Yogyakarta: PT Kanisius, 2021.
- [42] Hamidi, *Metode Penelitian Kualitatif*. UMM Press, 2010.
- [43] Poo, “Studi Literatur Adalah: Pengertian Umum & Menurut Para Ahli,” poo.org. [Online]. Available: <https://www.poo.org/studi-literatur-adalah/>
- [44] Y. Eva, *Suatu Pengantar Metode Dan Riset Desain Komunikasi Visual DKV*, Ke-1. Sleman: Deepublish Publisher, 2020.
- [45] S. D. Khansa and K. Y. S. Putri, “Pengaruh Akun Media Sosial Instagram @whiteboardjournal Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pembaca,” *J. InterAct*, vol. 10, no. 2, pp. 24–34, 2022, doi: 10.25170/interact.v10i2.3149.
- [46] I. Cultura, “Idea Cultura.” Accessed: Jan. 22, 2024. [Online]. Available: <https://www.instagram.com/idea.cultura/>
- [47] I. Trias, “Unique Selling Proposition (USP): Apa Itu, Cara Menentukan, Contohnya,” Glints.com. [Online]. Available: <https://glints.com/id/lowongan/usp-adalah/>
- [48] G. I. Arie, “Pengaruh Brand Postitiong Terhadap Loyalitas Pelanggan Surat Kabar Pikiran Rakyat,” *Ekonomi*, vol. 1, no. 2, pp. 136–141, 2013.
- [49] B. Enina, “Top 13 Graphic Design Trends for Cutting Edge Design in 2024,” looka.com. Accessed: Mar. 18, 2024. [Online]. Available: <https://looka.com/blog/graphic-design-trends/>
- [50] T. Digamber, “Make Your Designs Pop with Bold and Vibrant Colors!,” linkedin.com. Accessed: Mar. 18, 2024. [Online]. Available: <https://www.linkedin.com/pulse/make-your-designs-pop-bold-vibrant->

colors-digamber-tawde/

- [51] Humas, “Sentuhan Komunikatif ‘Instagram Stories,’” humasindonesia.id. Accessed: Jun. 18, 2024. [Online]. Available: <https://humasindonesia.id/berita/sentuhan-komunikatif-instagram-stories-->
162