

## DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmito, N. Y. D. (2016). Komunikasi Visual Gambar Ilustrasi Tradisi Pada Naskah Tua Jawa. *Jurnal Kajian Seni*, Vol. 02, No. 02, 02(02), 95–106. <https://doi.org/10.22146/jksks.12144>
- Angga, K., Prabhawa, S., Atmaja, K. J., Bagus, I., Sarasvananda, G., & Anandita, B. G. (2024). *Pendampingan Instagram Marketing Dalam Membangun Ketrampilan Pemasaran Digital Dan Brand Awareness Produk Umkm Di Desa Geluntung*. 1(1), 26–33. <https://doi.org/10.70103/komet.v1i1.11>
- Collins, S. P., Storrow, A., Liu, D., Jenkins, C. A., Miller, K. F., Kampe, C., & Butler, J. (2021). *Peran Media Sosial Dalam Komunikasi Politik*. 2(1), 167–186. <https://doi.org/10.59141/jist.v2i01.61>
- Fiisabilillah, A. F., Sugiana, D., & Trulline, P. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Melalui Akun Instagram @ Critoe*. 1(1), 184–203. <https://doi.org/10.24054/jurnal.unpad.ac.id/comdent/article/view/45741/21207>
- Haryati, E., Wibowo, T. S., & Widodo, A. P. (2025). From Invisible To Unstoppable: Strategi Personal Branding Untuk Meraih Puncak Karier. *Jurnal Pengabdian West Science*, 4(05), 648–662. <https://doi.org/10.58812/jpws.v4i05.2218>
- Khairunnisa, C. M. (2022). *Pemasaran Digital Sebagai Strategi Pemasaran : Conceptual Paper*. 5, 98–102.
- Napitupulu, R. R. (2025). *Optimasi Pemasaran Konten Digital Untuk Meningkatkan Engagement Konsumen Di Instagram*. 78–84. <https://doi.org/10.64276/ams.v1i2.57>
- Octavia, G., & Sari, W. P. (N.D.). *Bentuk Komunikasi Pemasaran Digital St22 Consulting*. 339–346. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3598>
- Oldisan, D. (2025). Efektivitas Pemasaran Media Sosial Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek : Studi Kasus Pada *Startup Di*. 8, 2038–2043. <https://doi.org/10.31004/jrpp.v8i1.42335>
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Putra, F. A., & Salsabil, M. R. T. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Peningkatan Penjualan Jasa Ilustrasi Eres Graphic Di Instagram*.

1(Oktober 2017), 103–112. <https://doi.org/10.56013/Mji.V1i2.2376>

Rachman, R. (2023). *Pengembangan Wawasan Dan Interpersonal Skill Melalui Seminar Marketing Di Era Digital Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo*. 2(1), 162–171. <https://doi.org/10.36841/Mimbarintegritas.V2i1.2681>

Saadah, N. N., Yusuf, I., & Budiman, A. (2023). Analisis Pemasaran Digital Menggunakan Model Aisas Pada Produk Semakin Peka. *Jurnal Ilmiah Mea*, 7(2), 1153–1164. <https://doi.org/10.31955/Mea.V7i2.3139>

Sari, R. K., & Bina. (2019). Viral Marketing : Harness The Power Of Social Media. *Cermin : Jurnal Penelitian Viral*, 3, 81–96. [https://doi.org/10.36841/Cermin\\_Unars.V3i2.488](https://doi.org/10.36841/Cermin_Unars.V3i2.488)

Setiawan, R. (2023). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Online ( Studi Kasus Pada Akun @ Nanisaproject )*. 7, 22727–22735. <https://doi.org/10.31004/Jptam.V7i3.10191>

Susana, E., Retnasary, M., Herlina, R., Aprilia, H. N., & Sanjaya, R. (2026). *Self-Talk Dan Personal Branding : Studi Tentang Identitas Diri Konten Kreator Di Instagram*. 8, 239–254. <https://doi.org/10.38204/Komversal.V8i1.2806>

Taslim, M., Sabara, A. R. J., Yusvan, A. M., & Cahyadi, R. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Instagram Pada Industri Kreatif Di Kota Makassar. *Komversal : Jurnal Komunikasi Universal*, 7, 189–203. <https://doi.org/10.38204/Komversal.V7i1.2198>

Usman, I. (2025). *Komunikasi Visual Dalam Branding : Peran Desain Grafis Dalam Membangun Identitas Merek*. 1, 14–25. <https://doi.org/10.69623/J-Dikumsi.V1i1.44>

Waluyo, L. S., Nadya, R., Falih, N., & Media, S. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Upn Veteran*. 5(2), 163–169. <https://doi.org/10.33822/Jep.V5i2.4004>

Wibisono, D. (2020). Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Eksistensi Diri Remaja (Studi Pada Mahasiswa Di Lingkungan Fisip Unila). *Sosiologi: Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Sosial Dan Budaya*, 22(2), 145–164. <https://doi.org/10.23960/Sosiologi.V22i2.65>

Wiraguna, S. A., & Widjaja, R. R. (2024). *Metode Penelitian Kualitatifdi Era Transformasi Digital Qualitative Research Methods In The Era Of Digital Transformation*. 46–60. <https://doi.org/10.47970/Arsitekta.V6i01.524>

Wirayanti, L. P. L. K. (2024). Digital Marketing : Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kasyaraa . Co. *Jurnal Ekonomi Usi Vol. 6 No. 2, 6(2)*, 282–288. <https://doi.org/10.36985/Z2dbsg18>

Zikrillah, A., & Haswanto, N. (2022). Pemetaan Pendidikan Bidang Desain Komunikasi Visual Jenjang Pendidikan Menengah Kejuruan. *Jurnal Seni Dan Desain Serta Pembelajarannya*, 1.  
<https://doi.org/10.17509/Irama.V4i1.29135>

