

DAFTAR PUSTAKA

- Amira, K. Media: Pengertian, Fungsi, dan Jenis-Jenis. Gramedia Blog.
<https://www.gramedia.com/literasi/media/>
- Chakti, Andi G. (2019). The Book of Digital Marketing. Celebes Media Perkasa.
- Huda, A.S., Apriyanto M., Arsita A. (2022). Foto Iklan Sebagai Media Promosi Produk "AH Lurik". *Specta: Journal of Photography, Arts, and Media*, 6(1), hal. 57-66.
- Huda, Asrul. (2018). Model Pembelajaran Desain Grafis. Padang: Penerbit UNP Press.
- Junaedi, F., et al. (2022). GEMPITA: Gelombang Malapetaka Iklan Tanah Air. Yogyakarta: Buku Litera.
- Júnová, E. (2014). Public Interaction of Web Self-Presentation. *Communications - Scientific letters of the University of Zilina*.
<https://doi.org/10.26552/com.c.2014.3.109-113>
- Kussanti, Devy P., Susilowati, Caesariano, Risyan, F., Armelsa, D. (2020). Strategi Kampanye Humas Dinas Pemadam Kebakaran Kota Bekasi Sebagai Bentuk Preventif Terhadap Penyebaran Covid-19. *Cakrawala*, 20 (2).
- Migotuwio, Namuri. (2020). Desain Grafis: Kemarin, Kini, dan Nanti. Alinea Media Dipantara.

Nandy. Copywriting: Definisi, Contoh, Hingga Teknik Pembuatannya. Gramedia.

<https://www.gramedia.com/literasi/copywriting/>

Nasrudin, A. (2022). Riset Periklanan: Definisi dan Mengapa Penting. Cerdasco.

<https://cerdasco.com/riset-periklanan/>

Nuriyanti, W. (2019). Peran Media Sosial dalam Perkembangan Industri Kreatif.

Sosio e-kons, 11 (2), hal. 101-107.

Pujiyanto, Alfian E. (2022). Strategi Kampanye Humas PT Pos Indonesia di Era

Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada PT Pos Pusat Surabaya). Jurnal

Sintesa, 1(1).

Putra, Ricky W. (2021). Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan.

Yogyakarta: Penerbit Andi.

Setiawan, A. (2019). Perancangan Kampanye Sosial Kebanggaan Berwirausaha

Sejak Muda untuk Lulusan SMK. Jurnal Teknologi, 8 (1), hal. 15-30.

Siswanto, Riky A. Desain Grafis Sosial: Narasi, Estetika, dan Tanggung Jawab.

Yogyakarta: Penerbit PT Kanisius.

Suroso A. S. (2022). Apa yang Dimaksud Dengan Industri Media Kreatif?.

Kompasiana.

<https://www.kompasiana.com/aifykezia/63652f0308a8b538e738f5e2/apa-ya>

[ng-dimaksud-dengan-industri-media-kreatif](https://www.kompasiana.com/aifykezia/63652f0308a8b538e738f5e2/apa-ya)

Wardana, R. D. W. (2017). Disaat Fotografi Jurnalistik Bukan Sekedar Pemberitaan. *Magenta : Jurnal Ilmiah Komunikasi dan Media*, 1(1), hal. 93-108.