

BIBLIOGRAPHY

- Ali, M., & Asrori, M. (2022). *Metodologi dan aplikasi riset pendidikan*. Bumi Aksara.
- Althaf, I. (2024, December 18). *Pengertian Marketing, Tujuan, dan 9 Elemen Marketing*.
<https://share.google/QToNfEBgCJYo8Yntq>
- Anggraini, L. dan N. K. (2018). *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Nuansa Cendekia.
- Bait Fiqri Zulfikar Sutarso, A., Al Ghifari, A., & Adhirajasa Reswara Sanjaya, U. (2025). *BISMA Business and Management Journal Perubahan Paradigma Pemasaran Konsep Tradisional vs Kontemporer*. <https://doi.org/10.59966/bisma.v3i3.2106>
- Bassano, C., Barile, S., Piciocchi, P., Spohrer, J. C., Iandolo, F., & Fisk, R. (2019). Storytelling about places: Tourism marketing in the digital age. *Cities*, 87, 10–20.
- Budiarta, I. G. M., & Sutrisno, L. B. (2024). Layout desain poster digital karya mahasiswa program studi pendidikan seni rupa Undiksha. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha*, 14(3), 258–267.
- Dicks, M. (2018). *Storyworthy: Engage, teach, persuade, and change your life through the power of storytelling*. New World Library.
- Erlhoff, M. (2008). *Design Dictionary*.
- Eva. (2020). *Suatu Pengantar: Metode Dan Riset Desain Komunikasi Visual*. Deepublish.
- Haspramudilla, D. (2025, June 2). *Kondisi Ekonomi Indonesia dan Kinerja APBN Mei 2025 Artikel ini telah tayang di situs Media Keuangan | MK+ dengan judul “Kondisi Ekonomi Indonesia dan Kinerja APBN Mei 2025 - Media Keuangan” Lihat selengkapnya di sini: <https://mediakeuangan.kemenkeu.go.id/article/show/kondisi-ekonomi-indonesia-dan-kinerja-apbn-mei-2025>. <https://share.google/UpY7SEz5D7LxZfsX1>*
- Kosasih, E., Raharusun, A. S., Dalimunthe, R. P., & Kodir, A. A. (2020). Literasi media sosial dalam pemasyarakatan moderasi beragama dalam situasi pandemi Covid-19. *Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*.

- Kurniawan, A. (2021). *Pengertian Tipografi dan Menurut Para Ahli*.
- Laksamana, P. (2018). Impact of social media marketing on purchase intention and brand loyalty: Evidence from Indonesia's banking industry. *International Review of Management and Marketing*, 8(1), 13–18.
- Mulyana, E. H., Nurzaman, I., & Fauziah, N. A. (2017). Upaya meningkatkan kemampuan anak usia dini mengenal warna. *Jurnal Paud Agapedia*, 1(1), 76–91.
- Oktavia, F. (2016). Upaya komunikasi interpersonal kepala desa dalam memediasi kepentingan PT. Bukit Borneo Sejahtera dengan masyarakat Desa Long Lunuk. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 239–253.
- Putri, S. E. (2015). *PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BAURAN PROMOSI (PROMOTIONAL MIX) PADA MATAHARI DEPARTMENT STORE BENGKULU*.
- Rahman, A. A., Amalia, S. D., Priananda, A. A., & Khrisnahadi, A. S. (2023). Analysis of Understanding of Storytelling in Marketing for Laweyan Batik Entrepreneurs. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 7(2), 554–563.
- Sari, M., Frendy, T., Pelleng, A. O., Punuindoong, A. Y., Studi, P., & Bisnis, A. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). In *Productivity* (Vol. 2, Issue 5).
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16(2).
- Syafrina, A. E., & Sukmawati, D. (2022). The campaign as a tale: Pelatihan penggunaan teknik storytelling dalam kampanye marketing communication Yayasan Kakak Asuh Bekasi. *International Journal of Community Service Learning*, 6(4), 458–465.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian (Cetakan 1)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, F. (2023). *Riset pemasaran*. Penerbit Andi.

UMKM Mendunia: Strategi Peningkatan Skala Bisnis Menembus Pasar Nasional dan Internasional. (2025, September 9). <https://share.google/ILDuOJXIiaQkmvVxJ>

Wang, J. (2018). Application of Layout Design Theory in the New Media Era. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, volume 266.