

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R., Irhasyuarna, Y., & Sauqina. (2022, Juli 3). Pengembangan Media Articulate Storyline Topik Mekanisme Pendengaran Manusia Dan Hewan Untuk Peserta Didik SMP. *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 1(3), 82.
- Andhita, P. R. (2021). *Komunikasi Visual*. Jawa Tengah: Zahira Media Publisher .
- Beaumont, C. D., Berry, D., & Ricketts, J. (2022). Technology Has Empowered the Consumer, but Marketing Communications Need to Catch-Up: An Approach to Fast-Forward the Future. *Businesses*, 2(2), 246–272. <https://doi.org/10.3390/businesses2020017>
- Bowen, C. (2013). *Grammar of The Shot*. Routledge.
- BPS. (2020). *Profil Industri Mikro dan Kecil*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Cahyadi, D. (2023). *Video Promosi*. Badan Penerbit UNM.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Pearson.
- Cholil, A. M. (2021). *150 Brand Awareness Ideas*. Anak Hebat Indonesia.
- Doane, M. A. (2021). *Bigger Than Life: The Close-Up and Scale in the Cinema*. Duke University Press.
- Duncan, Z. (2022). Types of Marketing Collateral Your Practice Needs for 2023. *Canadian Journal of Optometry*, 84(4), 85-86. <https://doi.org/10.15353/cjo.v84i4.5171>
- Gunardi, G., Marfungah, L., Fansuri, R. F., Prawira, M., & Lafentia, A. (2022). Analisis Yuridis Eksistensi Badan Hukum Koperasi Sebagai Sarana Kemajuan UMKM. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 6(1), 256-264. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v6i1.13551.2022>
- Hardoyo, A. B., Haq, M. S., Soegoto, E. S., Warlina, L., Tarmawan, I., & Maryati, M. (2022). PERANCANGAN VIDEO PROMOSI PRODUK PUSAT PENELITIAN TEH DAN KINA (PPTK) GAMBUNG. *Indonesian Community Service and Empowerment Journal (IComSE)*, 3(2), 274-279. <https://doi.org/10.34010/ICOMSE.V3I2.7499>
- Haryanto, A. T. (2023, Februari 22). *Jumlah Pengguna Internet RI Tembus 212,9 Juta di Awal 2023*. Diambil kembali dari Detikinet: <https://inet.detik.com/telecommunication/d-6582738/jumlah-pengguna-internet-ri-tembus-212-9-juta-di-awal-2023>
- Heider, B., Martins, D., Cizmar, I., Loures, M., & Barakat, R. (2017). *Brand Management. Measuring the Brand Equity of Decathlon in Portugal*. GRIN Verlag.
- Helianthusonfri, J. (2020). *Instagram Marketing untuk Pemula*. Elex Media Komputindo.

- Kemp, S. (2023, Januari 26). *DIGITAL 2023: GLOBAL OVERVIEW REPORT*. Diambil kembali dari DATA REPORTAL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>
- Kholiq, D. A., Kurniawan, B., & Setyorini, N. (2023). PENGARUH LOCAL KNOWLEDGE, DAN SKILLS TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA UMKM DI DESA NGERANGAN KLATEN. *MANABIS: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 19-26. <https://doi.org/10.54259/manabis.v2i1.1545>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing: Seventeenth Edition*. London: Pearsn Education Limited.
- Kotler, P., & Lee, N. (2016). *Social Marketing: Changing Behaviors for Good*. Los Angeles: SAGE.
- Lawley, B., & Schure, P. (2017). *Product Management fot Dummies*. Canada: John Wiley & Sons.
- Limanseto, H. (2021, Mei 5). *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*. Diambil kembali dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia: <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- M. Savardi, A. S. (2018). *Shot Scale Analysis in Movies by Convolutional Neural Networks*. IEEE International Conference on Image Processing (ICIP).
- Nugroho, M. R. (2018). Penerapan pola sinergitas antara bumdes dan umkm dalam menggerakkan potensi desa di Kecamatan Saptosari. *Prosiding Sembadha*, 1, 28-37. Diambil kembali dari <https://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/sembadha/article/view/343>
- Pluta-Olearnik, M. (2018). Integrated marketing communication—concepts, practice, new challenges. *Marketing Instytucji Naukowych i Badawczych*, 28(2), 121-138. <https://doi.org/10.14611/minib.28.06.2018.12>
- Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). PENGEMBANGAN USAHA UMKM DI MASA PANDEMI MELALUI. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108-123. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>
- Raines, R. S. (2013). *An examination of the empirical derivatives of the favourite-longshot bias in racetrack betting*, *Applied Economics*.
- Reilly, J. M. (2020). *One Great Speech*.
- Rezeki, F., Harahap, N., & Zuhriah. (2023). ANALISIS TEKNIK SINEMATOGRAFI DALAM VIDEOKLIP “TILL WE MEET AGAIN”. *Jurnal Ilmu Sosial*, 2(2), 1495–1502. Diambil kembali dari <https://bajangjournal.com/index.php/JISOS/article/view/5342>
- Rohman, A. T. (2014). Perancangan Komunikasi Visual Berbasis Multimedia Pada Produk “Cloud” Dari PT. Rect Media Komputindo Semarang. *Komputer*

- Grafis*, 2(1), 1-17. Diambil kembali dari <http://eprints.dinus.ac.id/id/eprint/13443>
- Rosmadi, M. L. (2021). Inovasi dan kreativitas pelaku usaha UMKM di era Covid-19. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 4(2), 87-94. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v4i2.1021>
- Rossiter, J. R. (2014). 'Branding' explained: Defining and measuring brand awareness and brand attitude. *Journal of Brand Management*, 21(1), 533-540. <https://doi.org/10.1057/bm.2014.33>
- Rustamana, A., Mulyati, S. A., & Prasetya, T. (2023). Pengembangan dan Pemanfaatan Media Cetak: Tampilan Storyboard. *Sindoro Cendikia Pendidikan*.
- Salsabila, N., Riyadhhi, A. N., & Arifin, Z. (2022). PERANCANGAN DESAIN POSTER JASTIP MUCHUU DANE. *PROCEEDING SEMINAR NASIONAL TEKNOLOGI CETAK DAN MEDIA KREATIF (TETAMEKRAF)*, 1(2), 287-294. Diambil kembali dari <https://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/TETAMEKRAF/article/view/4685>
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 6. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>
- Scott, D. (2015). *The New Rules of Marketing & PR. 5th ed.* New Jersey: Jogn Wiley & Sons Inc.
- Setiawan, I. (2013). *Agribisnis kreatif: pilar wirausaha masa depan, kekuatan dunia baru menuju kemakmuran hijau*. Penebar Swadaya Grup.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi pemasaran terpadu dalam periklanan dan promosi*. Jakarta: Salemba.
- Singh, M. (2013). *Velocity of pledged collateral: analysis and implications*. International Monetary Fund.
- Soewardikon, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Daerah Istimewa Yogyakarta: PT. Kanisius.
- Suhodo, D. (2016). Think Out Of The Box: Proses Kreasi-kreativitas Industri Periklanan. *Jurnal Ekonomi*, 24(2), 73. <https://doi.org/10.14203/JEP.24.2.2016.71-83>
- Svanera, M. (2015). *Over-the-shoulder shot detection in art films*. 13th International Workshop on Content-Based Multimedia Indexing (CBMI) (pp. 1-6). IEEE.
- Syubhan Akib, S. H. (2023). *Komunikasi Bisnis*. Seval Literindo Kreasi.
- Treske, A. (2015). *Video Theory: Online Video Aesthetics or the Afterlife of the Afterlife of Video*. Bielefeld: Transcript Verlag.
- Tyndall, A., Du, W., & Breder, C. D. (2017). Regulatory watch: the target product profile as a tool for regulatory communication: advantageous but underused.

Nature reviews Drug discovery, 16(3), 156-157.
<https://doi.org/10.1038/nrd.2016.264>

Wall-Romana, C. (2013). *Cinpoetry: Imaginary Cinemas in French Poetry*. Fordham Univ Press.

Wibawa, A. Y. (2021). IMPLEMENTASI PLATFORM DIGITAL SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN DARING DI MI MUHAMMADIYAH PK KARTASURA PADA MASA PANDEMI COVID-19. *Barajah Jurnal*, 1(2), 76-84. <https://doi.org/doi.org/10.47353/bj.v1i2.27>

Yunus, U. (2022). *Digital Branding Teori dan Praktek*. Simbiosis Rekatama Media.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA