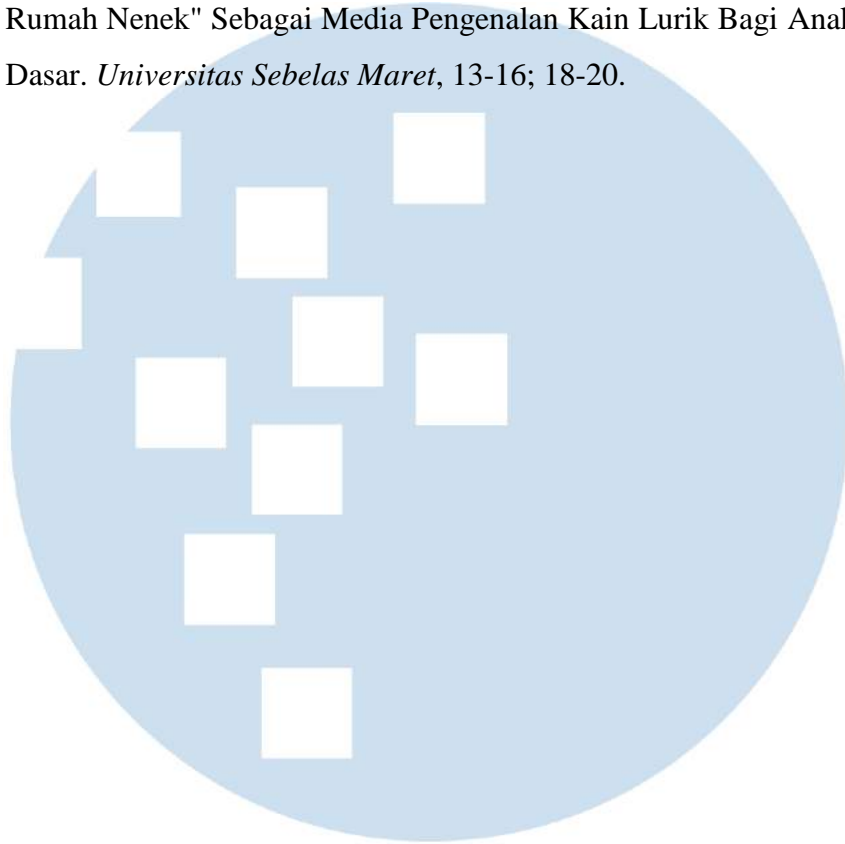


DAFTAR PUSTAKA

- CNBC Indonesia. (2024, Februari 26). *Raja Aplikasi Terbaru di RI, Ternyata Bukan WhatsApp-Instagram*. Retrieved from CNBC Indonesia: [https://www.cnbcindonesia.com/tech/20240226153650-37-517653/raja-aplikasi-terbaru-di-ri-ternyata-bukan-whatsapp-instagram#:~:text=Media%20Sosial%20Paling%20Laris%20di%20Indonesia&text=Berdasarkan%20survei%20yang%20dilakukan%2C%20media,Telegram%20\(61%2C3%2](https://www.cnbcindonesia.com/tech/20240226153650-37-517653/raja-aplikasi-terbaru-di-ri-ternyata-bukan-whatsapp-instagram#:~:text=Media%20Sosial%20Paling%20Laris%20di%20Indonesia&text=Berdasarkan%20survei%20yang%20dilakukan%2C%20media,Telegram%20(61%2C3%2)
- Freeman, J. (2014). *What is a Brochure?* Retrieved from Wondershare Edraw: <https://www.edrawsoft.com/what-is-brochure.html>
- Gulbranson, A., Jacob, N., & Sakki, H. (2017). *BROCHURES, NEWSLETTERS AND POSTERS*. Sudbury: Cambrian College. Retrieved from ECampusOntario Open Library.
- Iskandar, N. M. (2022). PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN ISOTONIK. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 7-8; 11-13.
- Mahgribi, A. G. (2017). THE EFFECTIVENESS OF BROCHURE TOWARD STUDENTS' READING COMPREHENSION SKILL IN DESCRIPTIVE TEXT OF EIGHTH GRADE STUDENTS AT SMPN 2 SUMBERGEMPOL. *Universitas Islam Negeri Repository*.
- Nur, A., Sinaga, A. B., & Effendi, C. (2020). PENGARUH PROMOSI OFFLINE DAN ONLINE TERHADAP KEINGINAN. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 164-165.
- Startup Studio Indonesia. (2022, Agustus 8). *Manfaat dan Contoh Integrated Marketing Communication*. Retrieved from Startup Studio: <https://startupstudio.id/manfaat-dan-contoh-integrated-marketing-communication/>

- Sumartono, & Astuti, H. (2018). PENGGUNAAN POSTER SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI KESEHATAN. *Universitas Esa Unggul*, 11-12.
- Agitia, C. (2023). Perancangan Product Profile untuk Meningkatkan Kesadaran UMKM Terhadap Platform Social Bread. *Universitas Multimedia Nusantara*, 10, 12.
- Atillah, R. (2023, 10 11). *Prinsip Desain Layout beserta Elemennya*. Diambil kembali dari Kompas.com: https://www.kompas.com/skola/read/2023/10/11/030000269/prinsip-desain-layout-beserta-elemennya-?page=all#google_vignette
- Cahyadi, D., & Tangsi. (2023). *Video Promosi*. Badan Penerbit UNM.
- detikJabar, T. (2023, 5 17). *YouTube Masih Jadi Medsos Paling Banyak Dibuka di Indonesia*. Diambil kembali dari <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6724677/youtube-masih-jadi-medsos-paling-banyak-dibuka-di-indonesia>
- Fauzie, Y. Y. (t.thn.). *Belanja Iklan 2020 Moncer, Nielsen: Ini Proyeksi untuk 2021*. Diambil kembali dari [facebook.com/Onepm-Lifestyle-Building: https://m.facebook.com/Onepm-Lifestyle-Building-100063763111430/](https://m.facebook.com/Onepm-Lifestyle-Building-100063763111430/)
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2012). *Advertising & IMC Principles and Practice*. New Jersey: Pearson Education.
- Oviarda, M. S. (2022). Perancangan Product Profile Dalam Upaya Membangun Brand Awareness Kopi Gunung. *Universitas Multimedia Nusantara*, 29-34 ; 37-38.
- Shimp, Terrence A.; Andrews, J. Craig. (2018). *Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications* (10 ed.). South-Western: Cengage Learning.
- Sumarni, L. (2020). Pengaruh Online Marketing Dan Offline Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen di Toko Vivi Jilbab Dan Fashion di Kota Jambi. *Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi*, 18-24.

Wardani, H. B. (2023). Perancangan Buku Cerita Bergambar "Membuat Lurik di Rumah Nenek" Sebagai Media Pengenalan Kain Lurik Bagi Anak Sekolah Dasar. *Universitas Sebelas Maret*, 13-16; 18-20.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA