

DAFTAR PUSTAKA

- Alhally, A. (2020). Pengaruh Kepedulian, Pengetahuan, Sikap, Inisiatif Pemerintah, Tekanan Teman Sebaya Dan Spiritualitas Terhadap Niat Beli Produk Ramah Lingkungan Di Banjarmasin. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(2), 130. <https://doi.org/10.31602/atd.v4i2.3032>
- Annur, C. M. (2024). 10 Negara Paling Sering Belanja *Online* [Gambar]. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/e909aa002dda25e/indonesia-masuk-jajaran-10-negara-paling-sering-belanja-online>
- Astuti, H., Universitas, F., Unggul, E., Universitas, F., & Jaya, B. (n.d.). *Penggunaan poster sebagai media komunikasi kesehatan*.
- Awa, Judijanto, L., Ohyver, D. A., Zahara, A. E., & Setiawati, T. (2024). *Digital Marketing Strategy: Membangun Bisnis Online Melalui Strategi Pemasaran Digital yang Efektif*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Baskara, M. R., Patriansyah, M., & Mubarat, H. (2017). *Rancangan Media Komunikasi Visual Promosi Produk*. 2(1), 49–59.
- Chaffey, & Bosomworth, D. (2015). Digital Marketing Strategy Planning Template: Your companion to creating or updating your online marketing strategy. *Smart Insights*, 1–14.
- Chandra, Y. I., Sjafrina, F., & Arnesia, P. D. (2024). Penerapan Metode Bussines To Consumer (B2C) dalam Membangun Sistem Informasi Penjualan Bahan Pembersih Berbasis Web (Studi Kasus pada CCE Store). *Kesatria: Jurnal Penerapan Sistem Informasi (Komputer Dan Manajemen)*, 5(3), 1381–1395.
- Christie, & Lestari, N. A. (2019). Pengembangan Media Ajar Berdasarkan Penelitian Analisis Morfologi Durian Di Jawa Timur. *Jurnal Koulutus*, 2(September 2019), 21.
- Cristina, N. N., Hertati, L., Syafitri, L., Munandar, A., & Hendarmin, R. (2022). Sosialisasi Manfaat Inovasi Pengolahan Singkong Desa Petanang Serta Fungsi Media Aplikasi Promosi Digital Program Kkn Tematik Mbkm Mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri. *Prima: Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 141–152. <https://doi.org/10.55047/prima.v1i4.336>
- DeGuzman, K. (2020). *Types of Camera Movements in Film Explained: Definitive Guide*. Studioinder. <https://www.studiobinder.com/blog/different-types-of-camera-movements-in-film/#camera-movements-zoom>
- Dolega, L., Rowe, F., & Branagan, E. (2021). Going digital? The impact of social media marketing on retail website traffic, orders and sales. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102501>
- Falah, D. D. N., Gunawan, A. I., & Najib, M. F. (2021). Perancangan Aktivitas

- Pemasaran UMKM Percetakan Melalui Media Katalog. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 49. <https://doi.org/https://doi.org/10.34308/eqien.v8i1.186>
- Handayani, P. K., Latifah, N., & Muzid, S. (2018). Pengembangan Marketing Product Profile Pada Cv Noor Mandiri Rotan. *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 9(1), 255–260. <https://doi.org/10.24176/simet.v9i1.2075>
- Hermawan, I., Reniawaty, D., Pramuditha, P., & FUSDYI, M. I. (2021). Pelatihan E-Commerce Untuk Mendapatkan Peluang Bisnis Bagi Mahasiswa Politeknik LP3I Bandung Pasca Pandemi Covid 19 (bekerjasama dengan UMKM Kirihuci sebagai pelatih e-commerce). *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 8(1), 96–106. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v8i1.932>
- Hidayati, A., & Seno, A. H. D. (2018). Pengaruh Point Of Purchase, Discount Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Swalayan Mutiara Cahaya Slawi). *Ekonomi Dan Bisnis*, 1–9. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2016.13515>
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). *Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian*, 21(1), 1–8.
- Kabelen, N. W. (2021). Perjalanan Dan Perkembangan Videography Dari Ilmu Hingga Menjadi Sebuah Profesi. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 4(2), 79. <https://doi.org/10.32815/jeskovsia.v4i2.600>
- Karmarkar, U. R., & Bollinger, B. (2015). *BYOB: How Bringing Your Own Shopping Bags Leads to Treating Yourself and the Environment No Title*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1509/jm.13.0228>
- Kurata, J. A. (2020). Perancangan Promosi Tukang Sayoer Online Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Nawala Visual*, 2(2), 1–15. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v2i2.80>
- Lannom, SC. (2020). *Camera Angles Explained: The Different Types of Camera Shot Angles in Film [Gambar]*. <https://www.studiobinder.com/blog/ultimate-guide-to-camera-shots/#FS>
- Martowinangun, K., Sri Lestari, D. J., & Karyadi, K. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Di Cv. Jaya Perkasa Motor Rancaek Kabupaten Bandung. *Jurnal Co Management*, 2(1), 139–152. <https://doi.org/10.32670/comanagement.v2i1.162>
- Mujahidin, A., & Khoirianingrum, I. (2019). Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) pada Zakiyya House Bojonegoro. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 2, 284–294.
- Natalita, C. D., & Susilo, D. (2022). Designing profile products as promotional media for brin publishers. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(2), 95–108. <https://doi.org/10.25139/jkp.v6i2.4616>

- Novarianto, A. F., Kurniawan, F., Ruliana, P., & Irwansyah, I. (2019). Pengaruh Point of Purchase Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana Di Carrefour Tamini Square. *Communicare : Journal of Communication Studies*, 6(1), 73. <https://doi.org/10.37535/101006120195>
- Panegak, M. S., & Kusumandyoko, T. C. (2021). Perancangan Video Promosi Batik Desa Sendangduwur Kabupaten Lamongan. *Jurnal Barik*, 2(3), 229–242.
- Pratama, J., & Tong, I. W. (2022). Implementasi Foto Produk dan Katalog Company Profile di PY Katindo Utama Menggunakan Metode MDLC. *National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, 4(1), 1088–1093. <https://doi.org/https://doi.org/10.37253/nacospro.v4i1.7081>
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Rheny, S. (2022). *Storyboard Adalah: Fungsi, Cara Pembuatan, dan 3 Contohnya*. Ekrut.Com. <https://www.ekrut.com/media/storyboard-adalah>
- Rimayanti, N., Yulianti, A., Nasution, B., & Lubis, E. E. (2019). Pembuatan Video Profil Lembaga Penelitian dan Pengabdian Universitas Riau sebagai Media Promosi Berbasis Multimedia. *It Journal Research and Development*, 3(2), 84–95. [https://doi.org/10.25299/itjrd.2019.vol3\(2\).2499](https://doi.org/10.25299/itjrd.2019.vol3(2).2499)
- Rizaty, M. A. (2021). *Produk Ramah Lingkungan Mulai Banyak Dilirik Masyarakat, Apa Saja Alasannya?* Katadata.Co.Id.
- Rustriani, N. W., Anggraini, N. P. N., & Satwam, I. K. S. B. (2021). Perancangan Katalog Produk Untuk Meningkatkan Penjualan Umkm. *Jurnal Masyarakat Mandiri (JMM)*, 5(5), 2615–2624. <https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jmm.v5i5.5296>
- Sama, H., & Budiman, A. (2022). Perancangan Dan Implementasi Video Profil Di Sekolah Sma Maitreyawira Batam Menggunakan Metode Mdlc. *National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, 4(1), 1178–1186. <https://doi.org/https://doi.org/10.37253/nacospro.v4i1.7028>
- Sitompul, A. L., Patriansyah, M., & Pangestu, R. (2021). Analisis Poster Video Klip Lathi : Kajian Semiotika Ferdinand De Saussure. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 6(1). <https://doi.org/10.36982/jsdb.v6i1.1830>
- Sitorus, C. P., & Simbolon, B. R. (2019). Penerapan Angle Camera Dalam Videografi Jurnalistik Sebagai Penyampai Berita Di Metro Tv Biro Medan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 4(2), 1–14.
- Stream Semester. (n.d.). Camera Movement Guide [Gambar]. https://www.streamsemester.com/articles/9-basic-camera-moves#google_vignette

- Studiobinder. (2020). 50+ Types of Camera Shots, Angles, and Techniques [Gambar]. <https://www.studiobinder.com/blog/ultimate-guide-to-camera-shots/#FS>
- Suharto, Syaury, M. S., Alfian, T., & Susila, D. A. (2021). Perancangan Media Promosi Produk Gitar Melalui Audio Visual. *SULUH: Jurnal Seni Desain Budaya*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/10.34001/jsuluh.v4i1.2418>
- Sulaksono, J., & Zakaria, N. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>
- Urva, G., Pratiwi, M., & Syarif, A. O. (2022). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Penunjang Digital Marketing. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 56–61. <https://doi.org/10.52072/abdine.v2i1.301>
- Utami, N., & Rosmita. (n.d.). *Pengaruh Point of Purchase Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Effect of Point of Purchase on Purchasing Decisions of Clothing Products at PT Matahari Department Store Ska Pekanbaru*. 113.
- Wijaya, H., & Sirine, H. (2016). Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok Di Cilacap. *Ajie*, 1(3), 175–190. <https://doi.org/10.20885/ajie.vol1.iss3.art2>
- Yogantari, M. V., & Ariesta, I. G. B. B. B. (2021). Kajian Pengaruh Copywriting Kreatif Terhadap Identitas Brand Kedai Kopi Takeaway Di Denpasar. *Jurnal Nawala Visual*, 3(1), 8–16. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v3i1.160>

