

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Landa, R. (2010). *Advertising by Design, Generating and Designing Creative Ideas Across Media*, 2nd ed.

Jurnal

Amalia Batubara, D., Susanti, N., & Jailani, M. (2022). Strategi komunikasi Pemasaran Pada produk herbalife di so happy Binjai. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(12), 2801–2812. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i12.432>

Amelia, N. P., Afrida, A., & Meiyenti, S. (2023). Perilaku Ibu Rumah Tangga Dalam Memenuhi kebutuhan melalui belanja online di kota bukittinggi. *Aceh Anthropological Journal*, 7(1), 72. <https://doi.org/10.29103/aaj.v7i1.10287>

Aprilly, H., Waluyanto, H. D., & Zacky, A. (2020). *Perancangan buku Ilustrasi Bergambar Dengan adaptasi Dari Cerita rakyat Maluku Untuk Remaja*. Jurnal DKV Adiwarna. <https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/10429>

Apriyanti, Y., Lorita, E., & Yusuarsono, Y. (2019). Kualitas Pelayanan Kesehatan di Pusat Kesehatan masyarakat kembang seri kecamatan Talang Empat Kabupaten Bengkulu Tengah. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(1). <https://doi.org/10.37676/professional.v6i1.839>

Arviandani, D., & Putra, R. W. (2021). Perancangan Buku Ilustrasi Mengenai “Cara Melindungi Diri Dari Bencana Kebakaran” Untuk Usia 7-11 Tahun Sebagai Media Pembelajaran. *Jurnal Online Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur*, 5. <https://doi.org/https://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/664>

Asmaunizar, & Muslinda, Y. (2020). Bisnis Iklan Media Cetak Dalam Mensejahterakan Karyawan. *Jurnal Peurawi*, 3. <https://doi.org/https://media.neliti.com/media/publications/308787-bisnis-iklan-harian-serambi-indonesia-da-928d339b.pdf>

- Ats Tsabitah, E. R., & Kusumandyoko, T. C. (2024). Analisis Prinsip Layout Tom Lichty Pada Feed Instagram Wardah. *BARIK - Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual*, 6(2), 159–173. Retrieved from <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/63576>
- Baskoro, L. (2020). Penggunaan Peso Model Dalam Perancangan Strategi Online Marketing Untuk Program Studi Desain Komunikasi Visual. *Jurnal Titik Imaji*. <https://journal.ubm.ac.id/index.php/titik-imaji/article/view/2117/1728>
- Carsana, Y., & Kevin, D. (2020). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Di Pt.Arista Suskes Abadi Tanjung Pinang. *Jurnal Manajerial Dan Bisnis Tanjungpinang*, 3. <https://doi.org/https://journal.stie-pembangunan.ac.id/index.php/manajerial/article/download/1277/32>
- Erpurini, W., Kurnia Ramadhan, I., & Indahsari, S. (2023). Strategi promosi digital Dalam Menarik minat beli konsumen pt Sinverho Energi Indonesia. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 95–107. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v2i1.1761>
- Erwin. (2020). *Jurnal Washiyah*, 1, 719–736. <https://doi.org/https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/washiyah/article/view/19777/10783>
- Fajar Paksi, D. N. (2021). Warna Dalam dunia visual. *IMAJI: Film, Fotografi, Televisi, & Media Baru*, 12(2), 90–97. <https://doi.org/10.52290/i.v12i2.49>
- Hamandia, M. R., & Santi, E. D. (2021). Strategi komunikasi Persuasif Ojesa (Ojek Sahabat Wanita) Palembang Dalam Meningkatkan loyalitas konsumen di era Pandemi covid-19. *Wardah*, 22(2), 55–64. <https://doi.org/10.19109/wardah.v22i2.10977>
- Hamidah, N. S., & Hakim, R. J. (2023). Peran Sosial Media Atas Perilaku Konsumtif Belanja Bagi Ibu Rumah Tangga Di Desa Lebaksari Kec.Parakansalak. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(3), 682–686. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i3.618>
- Hartadi, M. G., Swandi, I. W., & Mudra, I. W. (2020). Warna Dan Prinsip DESAIN user interface (UI) Dalam Aplikasi Seluler “bukaloka.” *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain*, 5(1), 105–119. <https://doi.org/10.25105/jdd.v5i1.6865>

- Hasian, I., Putri, I., & Ali, F. (2021). Analisis Elemen Desain Grafis dari visual Konten Instagram Indonesia tanpa Pacaran Ditinjau dari teori retorika. *Magenta | Official Journal STMK Trisakti*, 5(01), 726–739. <https://doi.org/10.61344/magenta.v5i01.63>
- Jannah, F., Hadawiah, H., & Majid, A. (2022). Analisis peran media Promosi Pada pt. Mayora Dalam F mempromosikan produk torabika. *RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI*, 2(2). <https://doi.org/10.33096/respon.v2i2.44>
- Jayadi, M. D., Sinaga, N. N., Manurung, N. T. N., Radiyyah, A. F., & Suhairi, S. (2023). Pesan Persuasif Komunikasi Bisnis. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 10319–10329. Retrieved from <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/3375>
- Jefri, Ulfi & Rachman, Aditya & Anwar, Khaerul & Sukmawati, Sri & Murtafakiyah, Fatum. (2023). PEMANFAATAN STATUS WHATSAPP SEBAGAI MEDIA PROMOSI UMKM OPAK SINGKONG (OPSI) DESA SUKAJADI. 10.46306/seumpama.v1i1.35
- Julitawaty, W., Willy, F., & Goh, T. S. (2020). Pengaruh Personal Selling Dan Promosi Penjualan Terhadap Efektifitas Penjualan Ban Sepeda Motor Pt. Mega Anugrah Mandiri. *Jurnal Bisnis Kolega (JBK)*, 6. <https://doi.org/https://doi.org/10.57249/jbk.v6i1>
- Kartini, Juwita Syahrina, Nisya Siregar, & Nurhasanah Harahap. (2022). PENELITIAN TENTANG INSTAGRAM. *Maktabatun: Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*. <https://doi.org/https://ummaspul.e-journal.id/RMH/article/download/4466/1798/#:~:text=Instagram%20merupakan%20aplikasi%20berbagi%20foto,pemrogram%20komputer%20dan%20pengusaha%20internet>.
- Laila Adiyati, A. N., & Islam, M. A. (2023). KONTEN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA SUMBER GEMPONG, TRAWAS, MOJOKERTO. *BARIK - Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual*, 5(1), 236–248. Retrieved from <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/56376>
- Marcellino, Y. (2023). Bakpia: Chinese Culinary In Indonesia. *AKSARA: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 09. <https://doi.org/https://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/Aksara/article/view/1888>

- Martowinangun, K., Sri Lestari, D. J., & Karyadi, K. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan di cv. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten bandung. *Jurnal Co Management*, 2(1), 139–152. <https://doi.org/10.32670/comanagement.v2i1.162>
- Mastufatul, A., Nuris, S., & Puspitasari, N. (2023). Peran Ibu Rumah Tangga Dalam Membantu Finansial Kebutuhan Rumah Tangga Melalui Jualan Online . *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen* , 1, 83–90. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jiem.v1i4.300>
- Monica, M. (2010). Pengaruh Warna, Tipografi, Dan Layout Pada Desain situs. *Humaniora*, 1(2), 459. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v1i2.2887>
- Mulyana, M. (2019, June 12). Strategi Promosi Dan Komunikasi. <https://doi.org/10.31227/osf.io/v7dfr>
- Mulyanti, M. I. (2022). Studi Pemilihan Warna terhadap Interior Kamar Praktek Dokter dan Ruang Tunggunya Anak Berkaitan terhadap Tingkat Stres Pasien. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4. <https://doi.org/https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/download/9519/7227>
- Muzhaffar, F. R. H., Sari, M. P., Fathonia, B. Z., & Arsi, N. A. (2024). Menganalisa Teknik dan Komposisi Foto Dalam *Food photography*. *Retina Jurnal Fotografi*, 4(1), 134–140. <https://doi.org/10.59997/rjf.v4i1.3017>
- Najih, & Kusumandyoko, T. C. (2023). Perancangan Identitas Visual Tirai Psikologi Di Blankspace Creative. *Unesa*, 4. <https://doi.org/https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Nazara, D. S. (2021). Pengaruh Periklanan Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Tricomsel Gunungsitoli. *Jurnal EMBA*, 9, 1386–1401. <https://doi.org/https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/35613/33336>
- Nihayati, L. (2020). Dampak Sosial perkembangan Bakpia Dalam Industri Pariwisata di Pathuk Yogyakarta. *Pringgitan*, 1(1), 40–47. <https://doi.org/10.47256/pringgitan.v1i1.10>
- Ningrum, Lilian Mega Puri, & Eva Ratnasari. (2023a). Pengaruh promosi terhadap Keputusan Pembelian pakaian Pada Toko Qolsa metro tahun 2022. *Journal of Student Research*, 1(1), 394–403. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i1.1067>

- Noviopy, M. (2024). Bakpia: Perj A: Perjalanan Akul An Akulturasi Cin Turasi Cina-Indonesi A-Indonesia Dalam Makanan Khas Yogyakarta . *Multikultura*, 3, 366–385. <https://doi.org/https://scholarhub.ui.ac.id/cgi/viewcontent.cgi?article=1034&context=multikultura>
- Nunumete, H. J. (2021). Pelabelan Peran Perempuan Sebagai Ibu Rumah Tangga . *NOUMENA: Jurnal Ilmu Sosial Keagamaan*, 2. <https://doi.org/https://e-journal.iaknambon.ac.id/index.php/N/article/view/261/pdf>
- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Prasetyo, T. (2020). Gastronomi kuliner peranakan non-halal di Glodok, Jakarta. *Jurnal Industri Pariwisata*, 3(1), 36–45. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v3i1.43>
- Priscilla, C. A., Dharta, F. Y., & Lubis, F. O. (2023). Strategi Komunikasi Program Generasi Berencana Dalam Sosialisasi Pencegahan Pernikahan Dini Pada Remaja di DKI Jakarta. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.8388303>
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7. <https://doi.org/https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/SM/article/download/2707/1734>
- Purwaningsih, A. G., & Nurhadi, N. (2021). *Pengaruh Promosi Penjualan Dan Gender Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee*, 10. <https://doi.org/https://doi.org/10.35957/forbiswira.v10i2.807>
- Puspa Dewi, N. N., Udayana2, G. B., & raka Swendra, C. G. (2022). Perancangan Font Dan Desain preview font two hand di Alit Desain Studio. <http://repo.isi-dps.ac.id/4796/1/Artikel%20Font.pdf>
- Rafi Satria Priyambada, Nanda Areliya Ramadani, & Andhita Risiko Faristiana. (2023). Perubahan Budaya Ibu Rumah tangga pasca maraknya e-commerce di Indonesia. *Simpaty*, 1(3), 72–85. <https://doi.org/10.59024/simpaty.v1i3.222>

- Rapid, M. (2020). Relevansi Komunikasi Pembelajaran dengan Materi Bahan Ajar SD/MI. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 6. <https://doi.org/https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/download/349/250/>
- Ramayanti, F. (2019). Peran *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 111–116. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6690>
- Ricky & Prasetyo, Martinus. (2024). Analisa Tentang Layout Dan *Grid* Dalam UI & UX.
- Risaldo, A., & Muhammad, A. (2021). Peran komunikasi Massa Dalam Meredam isu- ... <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPP/article/view/40343/19773>
- Salsabila. (2020). Apakah Iklan Media Cetak Masih Efektif Untuk Mendorong Minat Beli. <https://doi.org/https://eprints.unmer.ac.id/id/eprint/1891/>
- Setiyo Adi Nugroho, Daniel Rudjiono, & Febrian Rahmadhika. (2021). Perancangan Identitas Perusahaan Dalam bentuk stationery DESAIN di Rumah Kreasi grafika. *Pixel : Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 14(1), 48–57. <https://doi.org/10.51903/pixel.v14i1.456>
- Silinskas, G., Ranta, M., & Wilska, T.-A. (2021b). Financial behaviour under economic strain in different age groups: Predictors and change across 20 years. *Journal of Consumer Policy*, 44(2), 235–257. <https://doi.org/10.1007/s10603-021-09480-6>
- Siregar, N. M. (2021). Strategi komunikasi Dalam Pembentukan Opini Publik Masyarakat. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah FDIK IAIN Padangsidempuan*, 3(2), 343–358. <https://doi.org/10.24952/tad.v3i2.4880>
- Suleman, D. (2023). *Strategi copywriting Untuk Menulis promosi offline Atau Online*. PaKMAs: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. <https://journal.yp3a.org/index.php/pakmas/article/view/1543>
- Sumartono, & Astuti, H. (2018). Penggunaan poster Sebagai Media Komunikasi ... <https://www.esaunggul.ac.id/wp-content/uploads/2019/03/2.-Penggunaan-Poster-Sebagai-Media-Komunikasi-Kesehatan.pdf>
- Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran dalam alquran tentang Promosi Penjualan. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.8>

- Tarigan, A. A. (2022). Peran *Copywriting* Media Sosial Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Terhadap Produk West Burger.
<https://jurnalmahasiswa.umsu.ac.id/index.php/jimsipol/article/download/1454/1494>
- Tolan, M. S., & O, F. A. (n.d.). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di online shop Mita (Studi Pada Masyarakat kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan lingkungan IV Kota Manado).
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/35354/33096>
- Trivaika, E., & Senubekti, M. A. (2022). Perancangan Aplikasi pengelola keuangan Pribadi Berbasis Android. *NUANSA INFORMATIKA*, 16(1), 33–40.
<https://doi.org/10.25134/nuansa.v16i1.4670>
- Ulita, N. (2019). Tinjauan Warna Pada visual *branding* Warung Kopi lokal. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain*, 4(2), 205–223.
<https://doi.org/10.25105/jdd.v4i2.5895>
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.
<https://doi.org/10.31004/jptam.v7i1.6187>
- Yogantari, M. V., & Baruna Ariesta, I. G. B. B. (2021). Kajian Pengaruh *copywriting* Kreatif TERHADAP Identitas brand Kedai kopi takeaway di denpasar | jurnal nawala visual.
<https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/nawalavisual/article/view/160>
- Yudha, A. P., & Irawan, A. W. (2022). Analisa Iklan melalui fitur Instagram *ads* TERHADAP Minat Beli konsumen frozen food. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 8(1).
<https://doi.org/10.34203/jimfe.v8i1.5280>
- Zuhri, S. (2019). *Desain Komunikasi Visual Pada Kue Bosang Makassar Di Sosial Media Instagram*.
https://doi.org/https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/9225-Full_Text.pdf

Website

Badan Pusat Statistik. (2020). *Jumlah Penduduk menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, dan Jenis Kelamin, INDONESIA, Tahun 2020*. <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2/0/0>

Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik Penyedia Makan Minum 2022. <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/12/22/1f688af1ba26ff02e07679ac/statistik-penyedia-makan-minum-2022.html>

Gojek. (2020). *Gojek Luncurkan GoScreen, Pelopor Media Luar Ruang Modern untuk Iklan Lebih Optimal dan Tepat Sasaran*. Gojek Luncurkan GoScreen, Pelopor Media Luar Ruang modern untuk iklan lebih optimal Dan Tepat sasaran. <https://www.gojek.com/blog/gojek/goscreen/>

Idris, M. (2021, October 7). *Apa Itu Copywriting: Definisi, Tugas, Jenis, Dan Contohnya*. KOMPAS.com. <https://money.kompas.com/read/2021/10/07/082846126/apa-itu-copywriting-definisi-tugas-jenis-dan-contohnya>

Jumlah Usaha Jasa Makanan dan Minuman Menurut Jenis dan Kecamatan . Satu Data Tangsel. (2022). <https://simbada.tangerangselatankota.go.id/ne/dataset/jumlah-usaha-jasa-makanan-dan-minuman-menurut-jenis-dan-kecamatan-2022/resource/527ba457-acb7-477e-b681-3cf7e9f7c2ae>

Kementrian Perindustrian. (2022). *Kemenperin: Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 3,57% di Kuartal III-2022*. <https://kemenperin.go.id/artikel/23696/Kemenperin:-Industri-Makanan-dan-Minuman-Tumbuh-3,57-di-Kuartal-III-2022>

Siapa konsumen terbesar Makanan Ringan di Indonesia?: Databoks. Pusat Data Ekonomi dan Bisnis Indonesia. (2021, February 19). <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/d34b572006cf7ea/siapa-konsumen-terbesar-makanan-ringan-di-indonesia>