

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyah, A. (2015). Analisis studi kelayakan usaha pendirian home industry (Studi kasus pada home industry coklat “Cozy” Kademangan Blitar). [Skripsi, Universitas Brawijaya]. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 23(1), 85949. <http://repository.ub.ac.id/117297/>
- Anggarini, A., Bangun, D. A. N., & Saripudin, I. (2020). Alternatif model peyusunan mood board sebagai metode berpikir kreatif dalam pengembangan konsep visual. *Journal Printing and Packaging Technology*, 1. <https://doi.org/10.32722/printpack.v1i1.2455>
- Antaraneews.com. (n.d.). *Cara gen z ubah peluang jadi cuan*. Antara Interaktif 83. Diakses pada 12 Februari 2025, dari <https://www.antaraneews.com/interaktif/cara-gen-z-ubah-peluang-jadi-cuan/index.html>
- Anwar, B. L. (2023, Desember 27). *Bedah suatu konsep dengan mind mapping: Definisi, manfaat, jenis dan cara membuatnya*. Telkom University. Diakses pada 3 April 2025, dari <https://telkomuniversity.ac.id/bedah-suatu-konsep-dengan-mind-mapping-definisi-manfaat-jenis-dan-cara-membuatnya/>
- Agustina, I. A. (2022, September 2). *Metode pada perancangan interior*. Interior Design. Diakses pada 22 Maret 2025, dari <https://binus.ac.id/malang/interior/2022/09/02/metode-design-thinking-pada-perancangan-interior/>
- Atherton, S. (2024, Januari 19). *Why are they called lanyards? Who made the first lanyard?* Just Lanyards. Diakses pada 1 Juni 2025, dari <https://www.justlanyards.co.uk/why-are-they-called-lanyards-who-made-the-first-lanyard/>
- Awaludin, M. (2024). *Fundamentals of typography* [PowerPoint Slides]. Desain Komunikasi Visual, Universitas Surya Darma. <http://eprints.universitassuryadarma.ac.id/1486/1/%284%29%20Fundamentals%20of%20Typography.pdf>
- Ayu, R. D., & Dwi, A. (2024, Desember 17). *Arti flyer, fungsi, kelebihan, contoh dan perbedaannya dengan poster*. Tempo. Diakses pada 31 Mei 2025, dari <https://www.tempo.co/ekonomi/arti-flyer-fungsi-kelebihan-contoh-perbedaannya-dengan-poster-1182809>
- Damayanti, D., & Nuzuli, A. K. (2023). Evaluasi efektivitas penggunaan teknologi komunikasi dalam pengajaran metode pendidikan tradisional di sekolah

- dasar. *Journal of Sciencetech Research and Development*, 5(1), 208–219. <https://doi.org/10.56670/jsrd.v5i1.130>
- Design Studio UI UX. (2025, April 25). *Skeuomorphism vs neumorphism: Battle of ui design trends*. Design Studio. Diakses pada 2 Juni 2025, dari <https://www.designstudiouiux.com/blog/skeuomorphism-vs-neumorphism/>
- Dwi Puspita, M. (2025, Januari 10). *Pengertian vendor dalam bisnis, tugas, dan cara kerjanya*. Tempo. Diakses pada 2 Juni 2025, dari <https://www.tempo.co/ekonomi/pengertian-vendor-dalam-bisnis-tugas-dan-cara-kerjanya-1192239>
- Foleon (2025). *19 Types of marketing collateral you need now* (2025 guide). Foleon. Diakses pada 2 Juni 2025, dari <https://www.foleon.com/topics/19-types-of-marketing-collateral-you-need-now#:~:text=Marketing%20collateral%20is%20any%20media,communicate%20your%20company's%20brand%20message>.
- Gibbons, S. (2024, April 23). *Design thinking 101*. Nielsen Norman Group. Diakses pada 16 Maret 2025, dari <https://www.nngroup.com/articles/design-thinking/>
- Grant, N. (2024, Januari 31). *Generational engagement with immersive 3d content – understanding millennials, gen z, and gen alpha*. LinkedIn. Diakses pada 16 Maret 2025, dari <https://www.linkedin.com/pulse/generational-engagement-immersive-3d-content-gen-z-alpha-nick-grant-ohvuc/>
- Han, E. (2022, Januari 18). *What is design thinking and why is it important?* | HBS online. Business Insights Blog. Diakses pada 25 Februari 2025, dari <https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-design-thinking>
- Hidayah, L. R., Rahmadiva, A. S., Shannen, S., & Pratista, T. A. (2022). Peran maskot untuk memperkuat identitas visual brand. *VICIDI*, 1(12), 2988–2583. <https://doi.org/10.37715/vicidi.v12i1.2934>
- Huntley, T.-L. (2024, April 8). *Static content vs video content – Which reigns supreme?* CMe Media – The Marketing Agency | Your Digital Marketing Agency in Hampshire. Diakses pada 23 Maret 2025, dari <https://cmemedia.com/static-content-vs-video-content-which-reigns-supreme/>
- Khaeriyah, H. N., Haliq, A., & Salam, S. (2024). Penggunaan bahasa persuasif dalam pemasaran di shopee live. *Wahana Literasi Journal of Language Literature and Linguistics*, 4(1), 17. <https://doi.org/10.59562/wl.v4i1.63837>
- LaFleur, G. (2023, Januari 17). *Video marketing*. Search Customer Experience. Diakses pada 23 Maret 2025, dari

<https://www.techtarget.com/searchcustomerexperience/definition/video-marketing>

- Ljunggren, T. (2023, Agustus 10). *Harnessing the power of video marketing: advantages over print marketing*. LinkedIn. Diakses pada 23 Maret 2025, dari <https://www.linkedin.com/pulse/harnessing-power-video-marketing-advantages-over-print-gentle-thug/>
- Machfir, Z. (2025, Maret 25). *Tren influencer terus meningkat, apakah semua orang harus jadi influencer?* GoodStats. Diakses pada 12 Februari 2025, dari <https://goodstats.id/article/tren-influencer-terus-meningkat-apakah-semua-orang-harus-jadi-influencer-EA9Jl#:~:text=Memberi%20peluang%20yang%20menjanjikan%2C%20,orang%20harus%20beralih%20menjadi%20influencer?&text=Tren%20influencer%20semakin%20meningkat%20di,orang%20harus%20terjun%20sebagai%20influencer>
- Manuho, P., Makalare, Z., Mamangkey, T., & Budiarmo, N. S. (2021). Analisis break even point (bep). *Jurnal Ipteks Akuntansi Bagi Masyarakat*, 5(1), 21. <https://doi.org/10.32400/jiam.5.1.2021.34692>
- Meilyana, E. (2018, Agustus 13). *Aisas model*. Binus University Business School. Diakses pada 23 Maret 2025, dari <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2018/08/13/aisas-model/>
- Mustaqillillah, N. R., Widyaningtyas, N. O., & Wantoro, N. T. (2023). Efektivitas penggunaan twitter sebagai sarana peningkatan berpikir kritis mahasiswa ilmu komunikasi. *MUKASI Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 18–28. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v2i1.1346>
- Namamia.com. (n.d.). Arti nama Minti, sifat, karakter, dan kombinasi yang populer untuk nama bayi laki-laki maupun nama bayi perempuan. <https://namamia.com/arti-nama/minti.html>
- Nensilanti, N., Damar, Y., & Ridwan, R. (2023). Ikon, indeks dan simbol dalam iklan scarlett whitening di youtube. *Jurnal KIBASP (Kajian Bahasa, Sastra, dan Pengajaran)*, 7(1), 2597–5218. <https://doi.org/10.31539/kibasp.v7i1.6034>
- Oktaga, A. T., & Susanti, I. (2023). Peningkatan kualitas konten multimedia era industri digital. <https://jurnal.itbsemarang.ac.id>, 1(3), 321–334. <https://doi.org/10.54066/jpsi.v1.i3.845>
- Qosim, N. S., & Irbayuni, S. (2024). Strategi pemasaran digital efektif dengan menggunakan marketing model aisas. *Jurnal Padma : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Piksi Ganesha*, 4(2). <https://doi.org/10.56689/padma.v4i2.1594>

- RevoU (2025) *Apa itu pay per click? Arti, fungsi, contoh, faqs*. RevoU. Diakses pada 5 April 2025, dari <https://www.revou.co/kosakata/pay-per-click>
- Sahu, T. (2024, Februari 17). *Market research and validation: crucial steps for product success*. Medium. Diakses pada 12 Maret 2025, dari <https://medium.com/%40truptidesigns/market-research-and-validation-crucial-steps-for-product-success-2ce8c00c96ff?utm>
- Santika, R. (2024, Agustus 2). *Perbedaan animasi 2d dan 3d: Mana yang harus dipilih?* Blog Sribu. Diakses pada 22 Maret 2025, dari <https://www.sribu.com/id/blog/perbedaan-animasi-2d-dan-3d/#:~:text=Selengkapnya:-,Keunggulan:,dan%20gerakan%20kamera%20yang%20kompleks>
- Shmarel, S. (2021, Oktober 11). *Everything you need to know about mascot logos*. Tailor Brands. Diakses pada 23 Mei 2025, dari <https://www.tailorbrands.com/blog/mascot-logos#:~:text=What%20is%20a%20Mascot%20Logo,to%20send%20to%20your%20audience.>
- Sihombing, D. (2015). *Tipografi dalam desain grafis*. <https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/4508/1/Tipografi%20dalam%20Desain%20Grafis.pdf>
- Smith, A. (2025, Maret 21). *How gen z uses social media and what that means for brands*. Sprout Social. Diakses pada 24 Maret 2025, dari https://sproutsocial-com.translate.google/insights/gen-z-social-media/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=sge#:~:text=W high%20platforms%20does%20Gen%20Z,the%20most%20popular%20fo r%20Zoomers
- Sofwan, K. F. (2024, September 10). *Gen z: Generasi yang maunya serba instan, Mitos atau Fakta?* Jurnalposmedia. Diakses pada 24 Mei 2025, dari <https://jurnalposmedia.com/gen-z-generasi-yang-maunya-serba-instan-mitos-atau-fakta/>
- SoM, P. (2022, November 3). *Aisas model marketing di era digital*. PPM School of Management. Diakses pada 15 Maret 2025, dari <https://ppmschool.ac.id/model-marketing-aisas/>
- Sugiarti, U. (2025, Maret 25). *Mayoritas generasi z menghabiskan waktu luang dengan media sosial*. GoodStats. Diakses pada 25 Mei 2025, dari <https://goodstats.id/article/mayoritas-generasi-z-menghabiskan-waktu-luang-dengan-media-sosial-KT9NM#:~:text=Platform%20Media%20Sosial%20yang%20Paling%20S>

ering%20Digunakan%20Generasi%20Muda&text=Dalam%20enam%20b
ulan%20terakhir%2C%20generasi,TikTok%2C%20dan%2069%25%20Y
ouTube

Sulistiyowati, W. S. (2019). *Buku ajar analisa kelayakan usaha*.
<https://doi.org/10.21070/2019/978-623-6833-92-6>

The Interaction Design Foundation. (2025, Maret 25). *What is design thinking?*
Interaction Design Foundation. Diakses pada 25 Maret 2025, dari
<https://www.interaction-design.org/literature/topics/design-thinking>

Utami, A. R., Ratnasari, K., & Amelia, J. R. (2024). Pelatihan pembuatan konten
berkualitas dan digital marketing: Kunci sukses penjualan digital bagi
umkm. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(6).
<https://doi.org/10.31764/jmm.v8i6.26919>

Wang, Y. (2024, Februari 12). *The Power of mascots in elevating brand narratives*.
The Branding Journal. Diakses pada 1 Juni 2025, dari
[https://www.thebrandingjournal.com/2024/01/the-power-of-mascots-
brand-narratives/](https://www.thebrandingjournal.com/2024/01/the-power-of-mascots-brand-narratives/)

Wantoro, W., & Cahyadi, A. T. (2020). *Ikon, simbol, indeks* [Slide show; PDF].
Desain Komunikasi Visual, Universitas Komputer Indonesia.
[https://repository.unikom.ac.id/63395/1/Pertemuan%203_SDKV%202_%
20Ikon%20Simbol%20Indeks.pdf](https://repository.unikom.ac.id/63395/1/Pertemuan%203_SDKV%202_%20Ikon%20Simbol%20Indeks.pdf)

Wheeler, A., & Meyerson, R. (2024). *Designing brand identity: A comprehensive
guide to the world of brands and branding*. John Wiley & Sons.

Wisniewska, I (2019). *Teaching one-to-one* (part 2). Cambridge University Press
dan Cambridge Assessment English.
[https://www.cambridgeenglish.org/Images/525582-teaching-one-to-one-
part-2.pdf](https://www.cambridgeenglish.org/Images/525582-teaching-one-to-one-part-2.pdf)

Yalanska, M. (2025, Mei 13). *How to use the power of mascots in branding and ui
design*. Design4Users. Diakses pada 1 Juni 2025, dari
<https://design4users.com/how-to-use-mascots-in-design/>

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A