

DAFTAR PUSTAKA

- Ainun, N., Maming, R., & Wahida, A. (2023). Pentingnya peran logo dalam membangun branding pada umkm. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 6(1), 674–681. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.967>
- Alsa, S. (2021). Perancangan mobile website sebagai media informasi tentang perawatan kucing untuk J-Vet Animal Clinic. *kc.umn*, 6. https://kc.umn.ac.id/id/eprint/16901/4/BAB_II.pdf
- Christensen Institute. (2024). *Modularity theory - Christensen Institute*. Diakses pada 20 Mei 2025, dari <https://www.christenseninstitute.org/theory/modularity/#:~:text=Definition,and%20adoption%20of%20that%20system>
- D, Y. (2023, Juli 3). *10 Pengertian segmentasi pasar menurut para ahli*. IDN Times. Diakses pada 5 Maret 2025, dari <https://www.idntimes.com/business/economy/yunisda-dwi-saputri/pengertian-segmentasi-pasar-menurut-para-ahli>
- Damayanti, D., & Nuzuli, A. K. (2023). Evaluasi efektivitas penggunaan teknologi komunikasi dalam pengajaran metode Pendidikan tradisional di sekolah dasar. *Journal of Scientech Research and Development*, 5(1), 208–219. <https://doi.org/10.56670/jsrd.v5i1.130>
- Detik Net. (2025, Februari 22). *Mengenal Seeinfluencer, wadah pelatihan konten kreator bisa ditonton jutaan views*. Diakses pada 3 Maret 2025, dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7791029/mengenal-seeinfluencer-wadah-pelatihan-konten-kreator-bisa-ditonton-jutaan-views#:~:text=Seeinfluencer%20adalah%20pelatihan%20content%20creator,Lodra%20di%20tahun%202023%20akhir>
- Digital, B. (2024). *Mengenal consumer persona sebagai strategi targeting pemasaran digital*. Bisnis Digital. Diakses pada 20 Februari 2025, dari <https://bisnisdigital.feb.unesa.ac.id/post/mengenal-consumer-persona-sebagai-strategi-targeting-pemasaran-digital#:~:text=Consumer%20person>
- Educa Studio. (n.d.). *Menyelami esensi: psikologi warna dalam desain grafis*. Gamelab.id. Diakses pada 22 Mei 2025, dari <https://www.gamelab.id/news/3361-menyelami-esensi-psikologi-warna-dalam-desain-grafis#:~:text=Warna%20yang%20terang%20dapat%20menciptakan,hati%20yang%20diinginkan%20dalam%20desain>
- Eugenius, Imelda, & Debry. (2023). Strategi pemasaran dalam peningkatan volume penjualan perumahan pada PT. Elfando Bersaudara Sentosa di Minahasa Utara. *E-*

Journal UNSRAT, 866–872.
[https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/46461/41648#:~:text=untuk%20mengkomunikasikan%20nilai,Positioning%20\(Memposisikan%20Produk\),lebih%20unggul%20dibandingkan%20para%20pesaingnya](https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/46461/41648#:~:text=untuk%20mengkomunikasikan%20nilai,Positioning%20(Memposisikan%20Produk),lebih%20unggul%20dibandingkan%20para%20pesaingnya)

GoodStats. (2025, Maret 25). *Tren influencer terus meningkat, apakah semua orang harus jadi influencer?* Diakses pada 7 Maret 2025, dari <https://goodstats.id/article/tren-influencer-terus-meningkat-apakah-semua-orang-harus-jadi-influencer-EA9Jl#:~:text=Memberi%20peluang%20yang%20menjanjikan%2C%204,orang%20harus%20beralih%20menjadi%20influencer?&text=Tren%20influencer%20se makin%20meningkat%20di,orang%20harus%20terjun%20sebagai%20influencer>

Hidayati, K. (2021, Maret 2). *Untuk meningkatkan user experience, pahami apa itu micro interaction, unsur, serta contohnya*. Glints.com. Diakses pada 22 Mei 2025, dari <https://glints.com/id/lowongan/micro-interaction/>

HunterLab. (n.d.-b). *The color purple — history, meaning and facts*. Diakses pada 3 Maret 2025, dari <https://www.hunterlab.com/blog/the-color-purple-history-meaning-and-facts/#:~:text=Sebagai%20warna%20yang%20dulunya%20merupakan,juga%20melambangkan%20kemandirian%20dan%20martabat>

Jocelyn. (2025). *The 7 types of logos and how to use them*, VistaPrint US. Diakses pada 22 Mei 2025, dari <https://www.vistaprint.com/hub/types-of-logos>

Jurnalposmedia (2024, September 10). *Gen z: generasi yang maunya serba instan, mitos atau fakta?* Diakses pada 3 Maret 2025, dari <https://jurnalposmedia.com/gen-z-generasi-yang-maunya-serba-instan-mitos-atau-fakta/>

K, A. (n.d.). *Apa itu flowchart: Pengertian menurut ahli, fungsi, dan jenisnya*. Diakses pada 20 Mei 2025, dari <https://www.gramedia.com/literasi/flowchart/?srsltid=AfmBOopIl6qGDDRgmOqm6ivL5RRHpDuXy3hIOAp5d3ctl8C6GJRD3spd>

Lee, F. (n.d.). *ADPList partners with creative product managers as official mentorship partner*. Diakses pada 3 Maret 2025, dari <https://blog.adplist.org/post/adplist-partners-with-creative-product-managers-as-official-mentorship-partner#:~:text=ADPList%20is%20a%20global%20mentorship%20platform%20that,professionals%20with%20experienced%20mentors%20across%20various%20industries>

Manuho, P., Makalare, Z., Mamangkey, T., & Budiarmo, N. S. (2021). Analisis break even point (bep). *Ipteks Akuntansi Bagi Masyarakat*, 5(1). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jiam/article/download/34692/32596/73413>

- Mustaqilillah, 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>
- Oktaga, N. a. T., & Susanti, N. I. (2023). Peningkatan kualitas konten multimedia era industri digital. *Jurnal Penelitian Sistem Informasi (JPSI)*, 1(3). <https://doi.org/10.54066/jpsi.v1i3.845>
- Putra, I. (2017). Analisis swot sebagai strategi meningkatkan keunggulan pada Ud. kacang sari di Desa Tamblang. *Ejournal Undiksha*, 19 (2599–1418), 397–407. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i2.20106>
- Ramadhani, B. (2023). Perancangan design user interface/user experience pada aplikasi penjualan umkm house of flanel Sidoarjo dengan metode design thinking. *Universitas Dinamika*. <https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/6947/1/18410100237-2023-UNIVERSITASDINAMIKA.pdf>
- RevoU. (n.d.). *Apa itu hook ? arti, fungsi, contoh, faqs 2025*, RevoU. Diakses pada 23 Mei 2025, dari <https://www.revou.co/kosakata/hook#:~:text=Apa%20itu%20Hook%20dalam%20Konten,sangat%20strategis%20dalam%20content%20marketing>.
- Rudd, J., Stern, K., & Isensee, S. (1996). Low vs. high-fidelity prototyping debate. *Interactions*, 3(1), 76–85. <https://doi.org/10.1145/223500.223514>
- Setiawan, E. (n.d.). *Arti kata final - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) online*. Diakses pada 20 Mei 2025, dari <https://kbbi.web.id/final>
- Sprout Social. (2025, Maret 21). *How Gen z uses social media and what that means for brands*. Diakses pada 3 Maret 2025 dari https://sproutsocial-com.translate.google/insights/gen-z-socialmedia/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=sge#:~:text=Which%20platforms%20does%20Gen%20Z,the%20most%20popular%20for%20Zoomers.
- Sugiarti, U. (2025, Februari 10). *Mayoritas generasi z menghabiskan waktu luang dengan media sosial*. *GoodStats*. Diakses pada 5 Maret 2025, dari <https://goodstats.id/article/mayoritas-generasi-z-menghabiskan-waktu-luang-dengan-media-sosial-KT9NM#:~:text=Platform%20Media%20Sosial%20yang%20Paling%20Sering%20Digunakan%20Generasi%20Muda&text=Dalam%20enam%20bulan%20terakhir%2C%20generasi,TikTok%2C%20dan%2069%25%20YouTube>.

- Sulistiyowati, W. (2019). Buku ajar analisa kelayakan usaha. Umsida Press.
<https://press.umsida.ac.id/index.php/umsidapress/article/download/978-623-6833-92-6/951/>
- UNESA. (2024, Juni 18). *Mengenal stp (segmenting, targeting, positioning) sebagai strategi populer dalam pemasaran*. S1 Ilmu Komunikasi. Diakses pada 3 Maret 2025, dari <https://ikom.fisipol.unesa.ac.id/post/mengenal-stp-segmenting-targeting-positioning-sebagai-strategi-populer-dalam-pemasaran#:~:text=Targeting%20adalah%20tahap%20kedua%20yang,terfokus%20pada%20yang%20lebih%20penting>
- 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)*. <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i6.26919>
- Widyawono, B. (2017). Studi persepsi konsumen terhadap value proposition produk Sambal Roar. *Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 2, 162-170.
<https://doi.org/10.37715/jp.v2i2.449>
- Antaraneews. (n.d.). *Cara gen z ubah peluang jadi cuan*. Antara interaktif vol. 83. Diakses pada 20 Mei 2025, dari <https://www.antaraneews.com/interaktif/cara-gen-z-ubah-peluang-jadi-cuan/index.html>

