

DAFTAR PUSTAKA

- IDEO.org (2015). *The Field Guide to Human-Centered Design*. (1st ed.). IDEO.
- Nelsa, A. (2024). Optimalisasi Branding UMKM Lokal Melalui Desain Komunikasi Visual. *Arunika*, 1(1), 1-7.
<https://ejournal.amertamedia.co.id/index.php/arunika/article/view/225>
- Nst, A., & Khairat, A. F. B. (2023). ONLINE BUSINESS STRATEGY ANALYSIS THROUGH TIKTOK SHOP DIGITAL NETWORK PLATFORM MARKETPLACE. *Dharmawangsa International Journal of the Social Sciences Education and Humanitis*, 4(1), 10–16.
<https://doi.org/10.46576/ijssseh.v4i1.3520>
- Rahastine, M. P. (2022). Analisa Peranan Public Relation PT.Graha Bina Mandiri Dalam Pembuatan Company Profile Sebagai Media Informasi. *J-IKA: Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas BSI Bandung*, 9(1), 47-53.
<https://media.neliti.com/media/publications/488983-none-733e7270.pdf>
- Sulas, L.A., & Aprianto, R. (2024). Penerapan Strategi Digital Marketing Pada Produk Fashion Berkelanjutan Sheep Inc. Di Era Digitalisasi. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Inovasi dan Kolaborasi Disiplin Ilmu*, 1(1), 141–146. <https://journal.fkpt.org/index.php/sinekad/article/view/1637>
- Zahra, Z.A, Pinapiona, Yudistira, A. & Alvan, N. F., (2023). Literature review: peran tujuan perusahaan, struktur organisasi perusahaan, dan hukum bisnis dalam aktivitas perusahaan sebagai organisasi bisnis. *Jurnal Pijar Studi Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 266–274.
<https://journal.fkpt.org/index.php/sinekad/article/view/1637>