

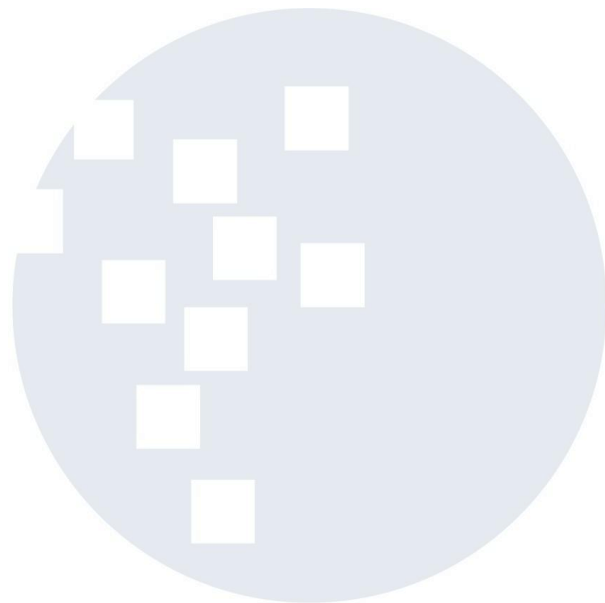
DAFTAR PUSTAKA

- Aisha, N. (2025). Meta Analisis Pengaruh Digitalisasi Terhadap Peningkatan Dan Perkembangan UMKM Di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen & Bisnis*, 3(1), 33–43.
- Ameliah, R., Adi, R. N., & Rahmawati, I. (2021). *Status Literasi Digital di Indonesia 2021*.
- Atkin, C. K., & Rice, R. E. (2022). *Theory and Principles of Public Communication Campaigns*.
- Beresford Research. (2021). *Generations X, Y, Z and the others*. Beresford Research. <https://www.beresfordresearch.com/age-range-by-generation/>
- Campbell, M. R., & Brauer, M. (2022). Social Marketing Campaigns to Address Social Problems. Dalam *Social Marketing Campaigns to Address Social Problems*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780367198459-reprw103-1>
- Cavanah, S. B., & Kemink, K. (2025). The science communication in social media theory of change evaluation framework: a system of establishing goals and assessing efficacy for knowledge brokers, intermediaries and boundary spanners. Dalam *Frontiers in Communication* (Vol. 10). Frontiers Media SA. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1534363>
- Hardoyo, T., & Parmadi, E. H. (2022). *Klasifikasi Usaha Mikro Kecil Menengah Menggunakan Jaringan Syaraf Tiruan Backpropagation* (Vol. 2, Nomor 1).
- Hornik, R., & Yanovitzky, I. (2003). Using theory to design evaluations of communication campaigns: The case of the national youth anti-drug media campaign. *Communication Theory*, 13(2), 204–224. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2003.tb00289.x>
- IDEO. (2015). *The Field Guide to Human-Centered Design*.
- INDEF. (2024). *PERAN PLATFORM DIGITAL TERHADAP PENGEMBANGAN UMKM DI INDONESIA*. <https://indef.or.id/wp-content/uploads/2024/01/Laporan-Final-Peran-Platform-Digital-Terhadap-Pengembangan-UMKM-di-Indonesia-INDEF.pdf>
- Junaidi, M. (2024, Juli 4). *UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkat*. Kementerian Keuangan RI. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/curup/id/data-publikasi/artikel/2885-umkm-hebat,-perekonomian-nasional-meningkat.html>
- Khairunnisa, I. (2022). *USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM)*.

- Kisno, K., Fatmawati, N., Rizqiyani, R., Kurniasih, S., & Ratnasari, E. M. (2023). PEMANFAATAN TEKNOLOGI ARTIFICIAL INTELLIGENCES (AI) SEBAGAI RESPON POSITIF MAHASISWA PIAUD DALAM KREATIVITAS PEMBELAJARAN DAN TRANSFORMASI DIGITAL. *IJIGAEd: Indonesian Journal of Islamic Golden Age Education*, 4(1), 44. <https://doi.org/10.32332/ijigaed.v4i1.7878>
- Landa, Robin. (2013). *Graphic design solutions*. Wadsworth, Cengage Learning.
- Lukas, E. N., Hasudungan, A., & Lukas, N. (2023). The Impact of the Digital Divide on MSMEs' Productivity in Indonesia. *International Research Journal of Business Studies* |, 03. <https://doi.org/10.21632/irjbs>
- Nino. (2023, Februari 13). *LM FEB UI Forum: Digitalisasi UKM Diskusi Terbatas LM FEB UI dengan Dosen dan Peneliti*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Indonesia.
- Putu, K. A. S., & Nuratama, I. P. (2021). *TATA KELOLA MANAJEMEN & KEUANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH*.
- Qana, A. F., & Murtono, T. (2024). Kampanye Peduli Sampah Plastik Melalui Desain Komunikasi Visual. *CITRAWIRA : Journal of Advertising and Visual Communication*, 5(1), 75–94. <https://doi.org/10.33153/citrawira.v5i1.4743>
- Ratna, S. N., Sulistyorini, E., & Zainul, M. M. (2024). *Peningkatan Kemampuan Digital Branding Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Literasi Digital Berbasis Artificial Intelligence (AI)*. 6(2), 2655–5956. <https://doi.org/10.33322/terang.v6i2.2306>
- Rifaldi, H. (2022). *Data Profil Konsumen Indonesia 2022 Terbaru dan Lengkap*.
- Rifky, S. (2024). *ARTIFICIAL INTELLIGENCE (Teori dan Penerapan AI di Berbagai Bidang)*.
- Santoso, J. T. (2023). *KECERDASAN BUATAN (Artificial Intelligence)*.
- Subiyantoro, S. (2024). *Buku Ajar ARTIFICIAL INTELLIGENCE*.
- Sugiyono, P. D. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*.
- Suriono, Z., & Kunci, K. (2021). Analisis SWOT dalam Identifikasi Mutu Pendidikan. Dalam *ALACRITY : Journal Of Education* (Vol. 1, Nomor 3). <http://lppppublishing.com/index.php/alacrity>
- Tambunan, T. T. H. (2021). *UMKM di Indonesia Perkembangan, Kendala, dan Tantangan*.
- Tom, A. (2018). *Digital Photography An Introduction* (1st ed.).

Usman, M., & Harto, P. (2024). *Artificial Intelligence (AI) for Sustainable Development in MSMEs: A Literature Review*.

Wulan, O. :, Sari, P., Sholihah, Z., & Masali, F. (2023). *DIGITAL BRANDING UMKM MELALUI KOMUNIKASI VISUAL*. 8(2), 129–134.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA