

DAFTAR PUSTAKA

- Aesthetika, N. M., Febriana, P., Andi, F. M., & Recoba, A. M. (2023). *Buku ajar komunikasi visual*. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Afif Fatnurrahman, M., Hariyati, F., Yuliani, M., Solihin, O., & Muhammadiyah Hamka, U. (2024). *STRATEGI KOMUNIKASI KREATIF PRODUKSI TAKE ME OUT INDONESIA DALAM MEMPERTAHANKAN RATING*.
- Allya Ega Annisa Hutaaruk, Selvia Santa Maria Siallagan, Lidya Mutiara Hutasoit, Aurora Elise Putriku, & Lenti Susana Saragih. (2024). Analisis Pemasaran Dalam Era Digital : Tantangan Dan Peluang. *Akuntansi*, 3(2), 69–75. <https://doi.org/10.55606/akuntansi.v3i2.1988>
- Apriandi, N. D., Soleh, A., & Irwanto, T. (2023). *Pengaruh penerapan AIDA (Attention, Interest, Desire, dan Action) terhadap keputusan pembelian kartu Telkomsel di Kota Bengkulu*.
- Asari, A., Syaifuddin, E. R., Ningsi, N., Sudianto, Maria, H. D., Adhicandra, I., Nuraini, R., Bajjuri, A., Pamungkas, A., Kusumah, F. G., Yuhanda, G. P., & Murti, S. (2023). *Komunikasi digital*. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Azmiar Nasution, Sari Mulyani, Alphy Shahri Maulana, & Fatur Rizky Silvana. (2023). PERENCANAAN DAN PENGENDALIAN PROGRAM MARKOMBUR DI TVRI SUMATERA UTARA. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 1(2), 60–65. <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v1i2.416>
- Delyanti Putri Sitorus. (2024). Analisis Faktor Keberhasilan Aplikasi E-Commerce dalam Meningkatkan Penjualan di Era Digital. *Modem : Jurnal Informatika Dan Sains Teknologi.*, 3(1), 57–66. <https://doi.org/10.62951/modem.v3i1.335>
- Dewa, I., Artha, N., & Carina, N. (2020). *PENGUNAAN KONSEP REDESAIN TERHADAP GELANGGANG REMAJA SEBAGAI TEMPAT KETIGA DI KAWASAN BULUNGAN, JAKARTA SELATAN*. 2(2), 1–15.
- Ersa Rahmanda, Flarines Yena Feranza, Nofalia Juliana Sari, Sekar Tijani Putri, & 5Riska Ferdiana. (2025). Peran Komunikasi Internal dalam Corporate Communication untuk Meningkatkan Employee Engagement. *Konsensus : Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 2(1), 118–132. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v2i1.620>
- Gurning, M. (2018). Kegiatan internal public relations dan keakraban karyawan (Studi korelasional tentang pengaruh kegiatan internal public relations

Perusahaan Gas Negara Kota Medan terhadap keakraban karyawan di Divisi Operasional). *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

Herman, L., Rahma, D., & Zinaida, S. (2025). *CREATIVE COMMUNICATION PACKAGING FOR SUPPORT PROMOTION AND MARKETING (Studi Kasus: Kemasan Rendang Padang Sari Mande)*.

Muntadzir, A., Irwan, M., & Nasution, P. (2024). *STRATEGI PENERAPAN ICT UNTUK MENDUKUNG PERENCANAAN ORGANISASI YANG EFISIEN*. 5. <https://doi.org/10.8734/Kohesi.v1i2.365>

Safi'i Nur Widodo, I., & Sudjanarti, D. (2022). MEDIA IKLAN E-BROSUR DI INSTAGRAM UNTUK MENARIK MINAT BELI PADA QY-MENDOAN MALANG. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 2.

Sariwaty, Y., Akhsin Azhar, D., Retnasary, M., Rahmayani, R., & Ngare, F. (2025). Pelatihan Business pitching Bagi Pelaku UMKM Dalam Menarik Minat Investor. *Online) Indonesian Journal of Community Service and Innovation (IJCOSIN)*, 5(1), 2807–6370. <https://doi.org/10.20895/ijcosin.v5i1.1335>

Sumantri, U. (2019). *PENGUNAAN VIDEO TUTORIAL DALAM UPAYA MENINGKATKAN PRESTASI BELAJAR TIK PADA SISWA KELAS XII.IPS-1*.

Uva, I. M., Eva Ariati, M., Ruslan Amiruddin, Dicka Tegarisanandy, & Wulan Furie. (2024). Creative Communication Strategy for Digital Marketing and E-Commerce in Product Sales (Case Study, Shopee, Tokopedia, Tiktok Shop). *Indonesian Journal of Contemporary Multidisciplinary Research*, 3(3), 537–554. <https://doi.org/10.55927/modern.v3i3.9448>

Yudi, Y. (2024). Pengembangan Brosur sebagai Sumber Pengetahuan bagi Masyarakat tentang Jenis Tumbuhan Obat Tradisional. *Panthera : Jurnal Ilmiah Pendidikan Sains Dan Terapan*, 4(2), 62–70. <https://doi.org/10.36312/panthera.v4i2.271>

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA