

DAFTAR PUSTAKA

- Fzrch, M., & Kasper, H. (2020). *Strategic communication management*. Springer.
- Haryanto, R., Setiawan, A., R. Nurhayati, Gede Agus Mertayasa, & Nugraha, A. R. (2024). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Di Era Society 5.0: Sebuah Literature Review. *Edunomika*, Vol. 08, No. 02, 2024, halaman 1-5.
- Irawan, A. W., & Asfiah, S. L. (2020). Analisis metode SMART dalam strategi segmentasi pasar (Studi produk tabungan Simitra Mikro di Bank Mitra Syariah Kantor Cabang Bojonegoro). *Jurnal Ilmiah*, 75–98.
- Jagwan, Surendra & Sharma, Nirmesh & Sharma, Ashwani. (2025). A Decade Landscape of Digital Marketing Research (2014-2023): A Bibliometric Review of Global Trends, Themes, and Influential Contributions. *IOSR Journal of Business and Management*, halaman 67-76. 10.9790/487X-conf6776.
- Lester, P. M. (2014). *Visual communication: Images with messages* (6th ed.). Wadsworth Cengage Learning.
- Mardiyanto, D., & Giarti. (2019). Analisis strategi komunikasi pemasaran (Studi kasus strategi komunikasi pemasaran merchandise di Kedai Digital 8 Solo). *Edunomika*, 3(1), 60–66.
- Migotuwio, N. (2020). Aspek Komunikasi Visual Dan Estetika Pada Karya Desain Grafis Bergaya Glitch Art. *Journal Of Contemporary Indonesian Art*, Volume Vi No.1-april 2020, halaman 50.
- Pramono, Y. H., & Ummanah. (2025). Penerapan komunikasi persuasif pada program Laku Pandai untuk meningkatkan inklusi keuangan di era teknologi digital (Artificial Intelligence). *Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora (KAGANGA)*, 8(2), 225–245.
<https://doi.org/10.31539/kaganga.v8i2.14579>
- Samuel, S. K. J. (2021). Pengaruh attention, interest, desire, action (AIDA) terhadap efektivitas iklan Spotify. *Journal of Accounting and Business Studies*, 6(2), 22–37.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social media marketing* (2nd ed.). Sage Publications.
- Yunus, R. M. (2020). Masa depan pemasaran digital: Membuka peluang dan tantangan melalui perkembangan media sosial. *Jurnal Papatung*, 3(3), 140–150.