

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen*. AE Publishing.
- Aditya, D., Sumarni, M., Sari, J. D. P., & Chalil, R. D. (2024). Strategi visual branding dalam meningkatkan minat beli ulang Mie Balap Mak Nong di Kota Langsa. *Journal of Management and Digital Business*, 4(1), 80–96. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i1.851>
- Adnas, D. A., & Veren, V. (2023). Analisa dan Pengembangan Visual Branding dengan Pendekatan R&D : Studi Kasus Barbershop. *Remik*, 7(1), 352–366. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i1.12072>
- Ainun, N., Maming, R., & Wahida, A. (2023). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada Umkm. *Jesya*, 6(1), 674–681. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.967>
- Cahyaningrum, N. P., Prasetya, H., & Mustiawan, M. (2025). Storytelling Marketing Communication Dalam Membangun Engagement Pada Nano Influencer Tiktok @Tenscoffeed. *Jurnal Studi Ilmu Sosial Dan Politik*, 5(1), 101–117. <https://doi.org/10.35912/jasipol.v5i1.5004>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick. (2019). *Digital Marketing (7th ed.)* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Dr.Hj.Umalihayati. (2023). *Pengantar Ilmu Manajemen*. Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Dr Herman Sjahrudin. (2023). *MANAJEMEN KOMUNIKASI*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Elvera, & Astarina, Y. (2021). *Desain Penelitian*. CV. ANDI OFFSET.
- Farida, A., & Azhar, A. (2025). Studi Semiotika Tentang Strategi Brand Storytelling Dalam Membangun Brand Image Dan Brand Equity Pada Industri Skincare. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 6(2), 657–673. <https://doi.org/10.36085/jems.v6i2.8348>
- Fog, K., Budtz, C., Munch, P., & Blanchette, S. (2020). *Storytelling: Branding in Practice*. Springer.
- Hamalik, O. (2017). *Kurikulum dan Pembelajaran*. Bumi Aksara.
- Hasan Sazali & Tri Niswati Utami. (2023). *Komunikasi Kebijakan Publik Penanganan Stunting Berbasis Agama dan Budaya di Indonesia*. CV. Merdeka Kreasi Group.
- Hasibuan, M. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Irwanda, A. A., Abiyus, W., Herdiansyah, A., Turnandes, Y., & Juliani, F. (2024). Analisis Engagement Rate Pada Instagram. *Jurnal Sistem Informasi*, 6(2), 391–399.

- Iswanto, R. (2023). Perancangan Buku Ajar Tipografi. *Nirmana*, 23(2), 123–129.
<https://doi.org/10.9744/nirmana.23.2.123-129>
- Kader, M. . (2024). Transformasi Digital dalam Pemasaran: Sebuah Tinjauan. *Jurnal Manajemen Digital*, 2(3), 355–364.
- Kotler. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2016). *Marketing Management, Edisi: 15e*. Pearson Education.
- Muhfizar, Saryanto, Andria Ningsih, Mohammad Rudiyanto, Fitri Nasution, Nurhikmah, Yuan Badrianto, Novia Sandra Dewi, Ria Kasanova, Aditya Wardhana, Hariyanto R. Djabatola Djampangau, A. R. (2021). *Pengantar Manajemen*. CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Muliana, D. (2020). *Pengantar Manajemen*. Yayasan Kita Menulis.
- Noorwatha, I. K. D., & Wirawan, I. G. N. (2020). Strategi Desain Dari Visual Branding The 6Th International Seminar on Nusantara Heritage (ISoNH) 2017. *Segara Widya : Jurnal Penelitian Seni*, 8(1), 20–32.
<https://doi.org/10.31091/sw.v8i1.720>
- Rahmawaty, A., Diana, D., & Yuniarti, Y. (2023). Efektivitas Metode Pencampuran Warna Melalui Video Animasi Berbasis PowerPoint Terhadap Kemampuan Mengenal Warna Sekunder di Tk Sirajuddin Pontianak Barat. *JEa (Jurnal Edukasi AUD)*, 9(1), 61. <https://doi.org/10.18592/jea.v9i1.8934>
- Riyanti, A., & Siswahyudianto, S. (2023). STRATEGI MEMBANGUN BRAND IMAGEDALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT BELI MASYARAKAT(Studi Kasus Pada Outlet Elwin Resto, Pujasera Teras Kota, Bago, Tulungagung). *Community Development Journal*, 4(2), 1731–1737.
<http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/13461%0Ahttp://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/download/13461/10402>
- Rohman, A. (2017). *Dasar Dasar Manajemen*. Inteligencia Media.
- Sabila, S., Nasution, A. P., & Putri, M. A. (2024). Peran Visual Branding dalam Meningkatkan Brand Awareness pada Platform Media Sosial: Kajian Literatur Periklanan di Era Digital. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Terpadu (JPMT)*, 8(No.7), 36–46.
<https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jpmt/article/view/3527>
- Sarinah, dan M. (2017). *Pengantar Manajemen*. Deepublish Publisher.
- Shofurotul, M., & Puri, S. (2020). (2020). Perancangan Visual Branding Latansa Collection. *Jurnal Citrakara, Vol. 02 No.*
<https://doi.org/https://doi.org/10.33633/ctr.v2i01.3745>
- Siregar, E. (2021). *Pengantar Manajemen & Bisnis*. Widina Bhakti Persada.

- Sonny Indrajaya. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Kaizen Media Publishing.
- Tajibu, K., & Syafrinana. (2017). Pesan Dakwah pada Iklan Kosmetik Wardah "Sebuah Kajian Semiotika". *Al - Khitabah*, 3(1), 3. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/Al-Khitabah/article/download/2918/2794>
- Tajudeen, F. P., Jaafar, N. I. and Ainin, S. (2024). *Understanding the impact of social media usage among organizations*, *Information and Management*. 55(3).
- Tsamarah, M., & Handayani, K. D. (2022). Penerapan Media Pembelajaran Video Animasi 3D Menggunakan Model Pembelajaran Problem Based Learning Pada Mata Pembelajaran Gambar Teknik Di SMKN 7 Surabaya. *Jurnal Kajian Pendidikan Teknik Bangunan (JKPTB)*, 8(2), 1–11.
- Yoesoep Edhie Rachmad. (2022). *MANAJEMEN PEMASARAN*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Yogatama Waskithoaji, B. A. D. (2022). Peran Teknologi Dalam Penggunaan Media Sosial Dan Dampaknya Terhadap Umkm. *Suparyanto Dan Rosad*, 1(02), 223–237.

WEB:

- <https://goodstats.id/article/tingkat-penetrasi-internet-indonesia-tembus-80-pada-2025-terjadi>
- <https://survei.apjii.or.id/survei>
- <https://data.goodstats.id/statistic/10-negara-dengan-pengguna-tiktok-terbesar-indonesia-urutan-berapa-xFOgI>
- <https://binus.ac.id/bandung/creativepreneurship/2025/01/07/strategi-storytelling-elemen-penting-untuk-memikat-konsumen/>
- [Undang-Undang Yang Mengatur Tentang Sosial Media | Media Hukum](#)
- https://www.socialinsider.io/social-media-benchmarks/tiktok?utm_source=chatgpt.com
- https://www.netinfluencer.com/social-media-saturation-reaches-tipping-point-as-content-volume-outpaces-engagement-study-finds/?utm_source=chatgpt.com