

## DAFTAR PUSTAKA

- Aji, R., 2016. Digitalisasi Era Tantangan Media, (Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Menyongsong Era Digital). *Islamic Communication Journal*, [online] 1(1), pp.43–54. <https://doi.org/10.21580/icj.2016.1.1.1245>.
- Ardhianto, P., 2018. Tinjauan Desain pada Karya Poster; Studi Kasus Seri Poster “Marlyn Fish 2009”. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 2(01), pp.15–22. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v2i01.1040>.
- Dewojati, R.K.W., 2015. DESAIN GRAFIS SEBAGAI MEDIA UNGKAP PERIKLANAN. *Imaji*, 7(2). <https://doi.org/10.21831/imaji.v7i2.6633>.
- Isniah, S., Hardi Purba, H. dan Debora, F., 2020. Plan do check action (PDCA) method: literature review and research issues. *Jurnal Sistem dan Manajemen Industri*, 4(1), pp.72–81. <https://doi.org/10.30656/jsmi.v4i1.2186>.
- Kembaren, Y.A., Kartono, G. dan Mesra, M., 2020. Analisis Karya Poster Berdasarkan Unity, Layout, Tipografi, dan Warna. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 9(1), p.121. <https://doi.org/10.24114/gr.v9i1.18187>.
- Khair, T. dan Ma’ruf, M., 2020. Pengaruh strategi komunikasi media sosial instagram terhadap brand equity, brand attitude, dan purchase intention. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, [online] 4(2), p.1. <https://doi.org/10.24198/jmk.v4i2.25948>.
- Manik Pratiwi, A.A., 2020. Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, [online] 3(2), pp.73–81. <https://doi.org/10.47532/jis.v3i2.179>.
- Nasution, R.A., Prayoga, Y. dan Halim, Abd., 2022. The Influence of Ease of Use, Privacy, Security and Efficiency on Shopping Decisions Using the TikTok Shop. *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, [online] 2(6), pp.895–902. <https://doi.org/10.35877/454RI.daengku1362>.
- Pasai, A. dan Nugraha, N., 2018. Perancangan Media Informasi Mengenai Sejarah dan Perkembangan Desain Grafis di Kota Bandung. Designing Of Information Media About The History And Development Of Graphic Design In Bandung. *eProceedings of Art & Design*, 5(1), pp.251–253. <https://doi.org/10.25124/eoe.v5i1.6098>.
- Prajarini, D. dan Sayogo, D., 2021. Pengaruh Desain Post Instagram Terhadap Minat Pembelian Produk UMKM Kedai Kopi Di Kabupaten Sleman. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, [online] 7(01), pp.187–199. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v7i01.4139>.
- Sitepu, V., 2004. *Panduan Mengenal Desain Grafis*. PT. Elex Media. Available at: <[www.escaeva.com](http://www.escaeva.com)>.
- Widiantara, D.M., Pradnyana, I.M.A. dan Sindu, I.G.P., 2019. Film Dokumenter Permainan Tradisional ‘Penyu Mataluh’. *Kumpulan Artikel Mahasiswa Pendidikan Teknik Informatika (KARMAPATI)*, 8(2), p.120. <https://doi.org/10.23887/karmapati.v8i2.18193>.
- Zulfa, N.R., Rahmadianto, S.A. dan P, B.P.P., 2021. Perancangan Konten Kreatif Berbasis Multimedia Untuk Meningkatkan Awareness Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Ma Chung Melalui Media Sosial Instagram.

*Sainsbertek Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi*, 2(1), pp.144–158.  
<https://doi.org/10.33479/sb.v2i1.137>.