

DAFTAR PUSTAKA

- Brent Heineman, M. J. (2021). Content analysis of promotional material for asthma-related products and therapies on Instagram. *17*, 1-7. doi:<https://doi.org/10.1186/s13223-021-00528-3>
- Christina, M. L. (2011). Efek Warna Dalam Dunia Desain Dan Periklanan. *Humaniora*, 1085.
- CNN Indonesia. (September 10, 2021). *Cara Membuat Feed Instagram yang Bagus dan Menarik*. doi:<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20210712104918-190-666346/cara-membuat-feed-instagram-yang-bagus-dan-menarik>
- Deddy Mulyana, M. P. (2015). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Dian Prajarini, S. M. (2020). *Media Sosial Periklanan Instagram*. Yogyakarta: Deepublish.
- Dr. Edi Suryadi, M. (2018). *Strategi Komunikasi. Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Dr. Miguna Astuti, S. M. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. Yogyakarta: Deepublish, CV Budi Utama.
- Edwin Adrianta Suriyah, C. T. (2017). MEMBEDAH INSTAGRAM: ANALISIS ISI MEDIA SOSIAL PARIWISATA BALI. *Jurnal Psikologi Ilmiah*, 1-17. Retrieved from <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/INTUISI>
- Eriyanto. (2001). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fitriyah, M. (2018). PARTISIPASI KONSUMEN MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM BRANDING AIRASIA INDONESIA . (*Analisis Konten Instagram @airasia_bahasaindo periode Maret 2018*). Retrieved August 16, 2021, from <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/3148/>
- Giantika, G. G. (2019, September). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Dan Penjualan Fashion Muslim Online. (*Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @zilohijab*), *X No. 2*, 169-175. Retrieved August 16, 2021, from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>
- Gityandraputra, D. (2020, May 19). *Fitur-Fitur Instagram Stories yang Efektif Meningkatkan Engagement*. Retrieved from Marketing Craft: <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/fitur-fitur-instagram-stories-yang-efektif-menaikkan-engagement>
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Oktober: CV Jejak.

- Helianthusonfri, J. (2019). *Belajar Social Media Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hilda Rachmawati, S. M. (2021). *Komunikasi Merek Di Media Sosial & Penerapannya Pada TV Berita*. Yogyakarta: Deepublish.
- Indonesia, K. K. (2020, Agustus 24). *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*. Retrieved from DJKN Kemenkeu: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>
- Iwan Setiawan, Y. S. (2016). *New Content Marketing, Gaya Baru Pemasaran Era Digital*.
- Jubilee Enterprise. (2012). *Jurus Sakti Copywriting di Twitter, Facebook, dan Blog*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kemendikbud.go.id. (2021, Juni 14). *Pentingnya Subsektor Desain Produk Dalam Ekonomi Kreatif*. Retrieved Agustus 16, 2021, from Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif: <https://kemendikbud.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Pentingnya-Subsektor-Desain-Produk-dalam-Ekonomi-Kreatif>
- Kliever, J. (n.d.). *Belajar Teori Warna*. Retrieved Februari 06, 2022, from Canva.com: https://www.canva.com/id_id/belajar/teori-warna/
- Kompas.com. (2020, September 1). *Tumbler Edisi Khusus Buatan Ilustrator Makin Dicari*. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia. Retrieved from <https://lifestyle.kompas.com/read/2020/09/01/154225320/tumbler-edisi-khusus-buatan-ilustrator-makin-dicari>
- Kontan.co.id. (2019, Juli 14). *Dari coret-coret, bisnis kerajinan tangan Martha Puri Natasande sukses*. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia. Retrieved from <https://peluangusaha.kontan.co.id/news/dari-coret-coret-bisnis-kerajinan-tangan-martha-puri-natasande-sukses?page=all>
- Koran Tempo. (2017, February 2). *Tangan Terampil Martha Puri Natasande di Ideku Handmade*. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia. Retrieved from <https://cantik.tempo.co/read/842375/tangan-terampil-martha-puri-natasande-di-ideku-handmade/full&view=ok>
- Krippendorff, K. (1991). *Analisis Isi Pengantar Teori dan Metodologi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kumaran. (2020, Februari 4). *Catat! Ini Waktu Paling Pas untuk Posting di Media Sosial*. Retrieved from Kumaran: <https://kumaran.com/karjaid/catat-ini-waktu-paling-pas-untuk-posting-di-media-sosial-1sm4k4bhq3W>

- Kumparan.com. (2021, Januari 22). Rekomendasi Brand Lokal dengan Motif Gemas, Mana Favorit Kamu? Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia. Retrieved from <https://kumparan.com/millennial/rekomendasi-brand-lokal-dengan-motif-gemas-mana-favorit-kamu-1v1kpOba6ca/full>
- Liputan6.com. (2020, September 4). Sekilas tentang Karakter Pubi Kreasi Ilustrator Indonesia yang Mejang di Tumbler LocknLock. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia. Retrieved August 16, 2021, from <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4347793/sekilas-tentang-karakter-pubi-kreasi-ilustrator-indonesia-yang-mejang-di-tumbler-locknlock>
- Marketeers.com. (2020, Agustus 30). Respons Perubahan Pasar, LocknLock Luncurkan Peralatan Rumah Tangga. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia. Retrieved from <https://www.marketeers.com/respons-perubahan-pasar-locknlock-luncurkan-peralatan-rumah-tangga/>
- Moleong, P. D. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA BANDUNG.
- Monica. (2011). EFEK WARNA DALAM DUNIA DESAIN DAN PERIKLANAN. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 1084-1096.
- Monica Teguh, S. T. (2020). PERANCANGAN STRATEGI DIGITAL MARKETING COMMUNICATION BAGI INDUSTRI PERHOTELAN DALAM MENJAWAB TANTANGAN ERA POSMODEREN. *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 14.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2009). *Advertising Edisi Kedelapan* (8 ed.). Jakarta: Kencana.
- Natasande, M. P. (n.d.). Retrieved August 16, 2021, from www.idekuhandmade.com: <https://idekuhandmade.com/home>
- PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI PADA TAMAN BACA WIDYA PUSTAKA KABUPATEN PEMALANG. (n.d.). 1-141. Retrieved from <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/50376/1/SP19060.pdf>
- Prahesty, A. A. (2020). PEMBUATAN KONTEN VISUAL KREATIF DI INSTAGRAM. *Studi deskriptif kualitatif pada akun Instagram @biskuitijoid*, 1-8. Retrieved August 16, 2021, from <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/2930/1/ARTIKEL%20ARSYTHA%20AYU%20P.pdf>
- Prof. Dr. Deddy Mulyana, M. (2008). *Komunikasi Efektif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Raharjo, T. E. (2019). *Pemasaran Digital*. Bogor: IPB Press.
- Rangkuti, F. (2013). *Strategi Semut Melawan Gajah. Untuk Membangun Brand Personal, Produk, dan Perusahaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Ratri, C. (2020). *Belajar Copywriting Untuk Meningkatkan Penjualan*. Surabaya: CV Garuda Mas Sejahtera.
- Ratri, C. (2020). *Panduan Instagram Bisnis: Membuat Konten, Foto, dan Memanfaatkan sebagai PR Bisnis*. Surabaya: CV Garuda Mas Sejahtera.
- Rizaty, M. A. (2021, Agustus 3). *Inilah Negara Pengguna Instagram Terbanyak, Indonesia Urutan Berapa?* Retrieved from Katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/03/inilah-negara-pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-urutan-berapa>
- Sari, N. M. (2019, Februari 21). *Suka Kepo Insta Story Orang? Ini Cara Agar Identitasmu Tak Ketahuan*. Retrieved from Kompas.com: <https://www.liputan6.com/tekn/read/3900410/suka-kepo-insta-story-orang-ini-cara-agar-identitasmu-tak-ketahuan>
- Sasongko, M. N. (2020). Analisis Kombinasi Warna Pada Antarmuka Website Pemerintah Kabupaten Klaten. *Jurnal Teknologi Technoscientia*, 126-127.
- Setiadi, H. (2016). Perancangan Rebranding. *Jurnal FSD UMN*, 9.
- Sudirman, B. (n.d.). Retrieved from <https://docplayer.info/46782511-Bab-2-data-dan-analisa-martha-puri-natasande-pemilik-ideku-handmade.html>
- Sudirman, B. (2010). Perancangan Komunikasi Visual Ideku Handmade. *Jurnal Binus*, 46-47. Retrieved from <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2HTML/2010200139DSBAB2/body.html>
- Swastika, G. H. (2019). Komposisi Warna Dalam Bidang Sebagai Ekspresi Penciptaan Karya Seni Lukis. *Jurnal Penciptaan Karya Seni*, 13-14.
- Tety Elida, A. R. (2019). *Pemasaran Digital*. Bogor: IPB Press.
- Thabroni, G. (2018, Agustus 29). *Perpaduan Warna Harmonis menggunakan Teori Warna & Seni*. Retrieved from Serupa.id: <https://serupa.id/perpaduan-warna/>
- Tim Stiletto Book & Ranny Afandi. (2019). *How To Win Instagram*. Yogyakarta: Stiletto Book.
- Tjiptono, U. S. (2018). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Bogor: IPB Press.
- Wulansari, D. (2021). *Media Massa dan Komunikasi*. Semarang: Mutiara Aksara.
- Yogananti, A. F. (2015). PENGARUH PSIKOLOGI KOMBINASI WARNA DALAM WEBSITE . *Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 1-10.

Zharandont, P. (2015). PENGARUH WARNA BAGI SUATU PRODUK. *Jurnal Ergonomi*, 1-7.

