

## DAFTAR PUSTAKA

- Ambrose, G., & Harris, P. (2011). *Basics design: Design thinking*. AVA Publishing.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Cangara, H. (2007). *Pengantar ilmu komunikasi* (2nd ed.) PT. RajaGrafindo Persada.
- Effendy, O. U. (2023). *Ilmu, teori, dan filsafat komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241-251.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Landa, R. (2013). *Graphic design solutions* (5th ed.). Cengage Learning.
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 37–51). Harper and Brothers.

- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2003). *New media: A critical introduction*. Routledge.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2008). *Theories of human communication* (9th ed.). Thomson Wadsworth.
- Lupton, E. (2017). *Design is storytelling*. Cooper Hewitt.
- Lupton, E., & Phillips, J. (2015). *Graphic design: The new basics* (2nd ed.). Princeton Architectural Press.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. MIT Press.
- Mayfield, A. (2008). *What is social media?*. iCrossing.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). SAGE Publications.
- Mulyana, D. (2014). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar* (18th ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, S. (2015). Media sosial dan pengaruhnya dalam komunikasi dan interaksi sosial masyarakat. *Jurnal Komunikasi*, 1(2), 75-90.
- Rogers, E. M. (1986). *Communication technology: The new media in society*. The Free Press.
- Sugiyama, K., & Andree, C. (2010). *The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from the World's Most Innovative Advertising Agency*. New York: McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2024). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (6th ed.). Alfabeta.
- Tinarbuko, S. (2012). *Komunikasi visual dan desain grafis*. Jalasutra.

Tubbs, S. L., & Moss, S. (2008). *Human communication: Principles and contexts* (11th ed.). McGraw-Hill.

Wahyuni, S. (2015). Elemen dan prinsip desain komunikasi visual dalam media interaktif. *Jurnal Seni & Desain Interaktif*, 5(2), 77-94.

Wheeler, A. (2017). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team* (5th ed.). Wiley.

Wong, W. (2011). *Principles of two-dimensional design*. Van Nostrand Reinhold.

### **Skripsi, Tesis, dan Tugas Akhir**

Institut Seni Indonesia. (2019). Dasar-dasar desain komunikasi visual. *Jurnal Desain Grafis*. Diakses dari <https://digilib.isi.ac.id/5429/1/DEKAVE%20-caps.pdf>

Agustin, Y. (2023). *Penggunaan AISAS pada media sosial Instagram sebagai media promosi di Mytours Jakarta* (Tugas Akhir, Politeknik Pariwisata NHI Bandung). Diakses dari <https://repository.poltekpar-nhi.ac.id/2114/>

Ash-Shiddiqi, A. F. (2024). *Pengaruh desain komunikasi visual konten Instagram akun CRSL Store terhadap minat beli pada followers* (Skripsi, UPN Veteran Yogyakarta).

Mulfiana, A. A. (2023). *Pengaruh konten promosi akun Instagram @avoskinbeauty terhadap keputusan pembelian ulang followersnya dengan model AISAS* (Skripsi, Universitas Semarang).

Septiansyah, D. (2024). *Pengaruh konten Instagram @byU.ID dan strategi potongan harga byU terhadap minat menggunakan kartu byU* (Skripsi,

Universitas Islam Sultan Agung Semarang). Diakses dari <https://repository.unissula.ac.id/36485/>

Universitas Atma Jaya Yogyakarta. (2022). Daya tarik komunikasi visual dalam pemasaran digital. *Jurnal Digital Marketing*. Diakses dari <https://e-journal.uajy.ac.id/27745/2/17%20090%206242%201.pdf>

Universitas Trunojoyo. (2020). Pengaruh elemen komunikasi visual terhadap interaksi media sosial. *Jurnal Komunikasi Visual*, 7(1), 50-67. Diakses dari <https://komunikasi.trunojoyo.ac.id/wp-content/uploads/2020/07/sri-wahyuni-final-Edisi-2.pdf>

Wahyudi, P. (2022). *Pengaruh media sosial Instagram terhadap minat mengikuti walking tour di Jakarta Good Guide* (Skripsi, Universitas Trisakti).

### **Sumber Lainnya**

Nomaden Club. (2024). Profil instagram @nomaden\_\_club. *Instagram*. Diperoleh melalui [https://www.instagram.com/nomaden\\_\\_club](https://www.instagram.com/nomaden__club) diakses pada 13 Oktober 2024.

Statista. (2024). *Social media usage in Indonesia: Instagram user demographics*. Diperoleh melalui <https://www.statista.com/statistics/1082050/indonesia-instagram-user-age-group/> diakses pada 25 Januari 2025.

We Are Social. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. Diperoleh melalui <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/> diakses pada 05 November 2024.