

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2024). *Laporan Survei Internet APJII 2024*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Atmaja, D., Nugroho, A., & Santoso, R. (2024). Transformasi digital dalam strategi komunikasi perusahaan di era industri 4.0. *Jurnal Komunikasi Digital Indonesia*, 8(1), 45–58.
- Brine, J. (2020). *Storyboarding Essentials for Film and Media Production*. New York: Routledge.
- Clayman, S., Heritage, J., & McDonald, M. (2019). *Corporate Communication and Public Relations*. London: Sage Publications.
- Hidayat, A., Rachman, F., & Sari, D. (2024). Digitalisasi komunikasi organisasi dalam meningkatkan efektivitas perusahaan. *Jurnal Ilmu Komunikasi Nusantara*, 12(2), 88–101.
- Katadata. (2024). *Perilaku Konsumen Digital Indonesia 2024*. Jakarta: Katadata Insight Center.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Prayoga, M., & Nalien, R. (2023). Peran koordinasi tim dalam produksi media kreatif. *Jurnal Manajemen Kreatif*, 5(2), 67–79.
- Rustan, S. (2013). *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Suyanto, M. (2006). *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wibowo, D., & Lestari, S. (2023). Pengaruh konten visual terhadap minat konsumen digital di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Massa*, 9(2), 102–115.
- Melindasari, R. A., & Ariescy, R. R. (2024). Analisis Efektivitas Penggunaan Video Content Sebagai Media Promosi pada Perusahaan PT. Inovasi Teknologi Solusindo (Trustmedis). *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(5).
- Prayitno, S. (2021). Komunikasi pemasaran global terpadu: Tantangan di era digital. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 12(1), 27-39.
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran

- dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram@ ahlinyaobatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(1), 23-38.
- Chandra, E. (2023). Kekuatan algoritma dalam komunikasi pemasaran digital aplikasi Tiktok. *Maha Widya Duta: Jurnal Penerangan Agama, Pariwisata Budaya, dan Ilmu Komunikasi*, 7(2), 191-200.
- Ramadhan, B. R., & Gartanti, W. T. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Bengkel Kulit Melalui Instagram. *Jurnal Riset Public Relations*, 47-52.
- Nurpadila, A., & Sulaeman, E. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Melalui Konten Sosial Media Instagram. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 6297-6305.
- Safitri, E., Auliana, L., Sukoco, I., & Barkah, C. S. (2022). Kajian literatur peran integrated marketing communication (imc) dalam mempertahankan loyalitas konsumen. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 259-267.