

## REFERENCES

- Communication, M. (2019). Pengunduhan Aplikasi Teratas. <https://mix.co.id/marcomm/news-trend/5-karakteristik-pengguna-tiktok-di-indonesia/>
- Databooks. (2021). Laporan Masyarakat Indonesia Dalam Mengakses Berita. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/28/masyarakat-indonesia-paling-banyak-akses-berita-dari-media-daring>.
- Fariyanto, F., & Ulum, F. (2021). Perancangan Aplikasi Pemilihan Kepala Desa Dengan Metode Ux Design Thinking (Studi Kasus: Kampung Kuripan). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTISI)*, 2(2), 52–60. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTISI>
- Hakim, A. A., & Rahman, Y. (2017). Perancangan Media Promosi Perusahaan Arnis Wigati (Aw). *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 37. [https://doi.org/10.25124/demandia.v2i01.77\\_1](https://doi.org/10.25124/demandia.v2i01.77_1)
- Herdiana, D. (2020). Rekomendasi kebijakan pemulihan pariwisata pasca wabah Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) di Kota Bandung. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 7(1), 1–30. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2020.v07.i01.p01>
- Husin, A. J., Harsanto, P. W., & Basuki, R. M. N. (2020). Perancangan Media Pembelajaran Street Dance Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal DKV Adiwarna*. <http://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/10397>
- Kristia, S. E., & Harti. (2021). Pengembangan Media Promosi Berbasis Aplikasi Tiktok Untuk Meningkatkan Minat Beli Produk Ukm Dm-Seafood. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1428–1438.
- Kurata, J. A. (2020). Perancangan Promosi Tukang Sayoer Online Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Nawala Visual*, 2(2), 1–15. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v2i2.80>
- Maulana, I., Merseyside, J., & Salsabila, O. (2020). Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif di Era Ekonomi Digital. *Majalah Ilmiah Bijak*, 17(1), 28–34.
- Panji Saputro. (2021). Efektifitas Penggunaan Sosial Media Tiktok Sebagai Media Promosi Ditinjau Dari Perspektif Buying Behaviors. *Inetdetik.Com*, 4(1), 2. [inet.detik.com](http://inet.detik.com)
- Pradana, A. R., & Islam, M. A. (2021). Perancangan Zine sebagai Display Penlasan 3D Practical Interior Kantor PT. *Digital Vision Indonesia*. 2(3), 73–85. Priyatama, N., & Abidin, M. R. (2021).
- Perancangan Desain Prototipe Website Umkm. *Jurnal Unesa*, 1(3), 100–112.

- Skaggs, S. (2018). Perancangan Visual Identity Kampung Surodinawan Mojokerto Sebagai Upaya Pengenalan Kepada Masyarakat. *The American Journal of Semiotics*, 34(3), 313–330. <https://doi.org/10.5840/ajs201931347>
- Suparno, A. (2020). Implementasi Citizen Public Relations Melalui Ekspresi Diri Instagram Dalam Membangun Brand Awareness Universitas Universal. *Gunahumas*, 1(1), 105–121. <https://doi.org/10.17509/ghm.v1i1.28382>
- Swanson, K. K., & Everett, J. C. (2016). Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Kasus PT Millenium Pharmacon Internasional Tbk Cabang Bandung ). *Promotion In The Merchandising Environment*, 308–329. <https://doi.org/10.5040/9781501311246.ch-012>
- Syams, D., Fahira, O., & Mustikasari, A. (2021). Perancangan Promosi Melalui Media Sosial Tiktok Untuk Meningkatkan Brand Awareness Sobat Indihome ( Studi Kasus di PT Telkom Witel Bandung 2021 ) *Promotion Design Through Tiktok Social Media To Increase Brand Awareness Sobat Indihome ( Case Study at PT Te. E- Proceeding of Applied Science*, 7(4), 650– 664.
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner kika's Catering di Media Sosial. *PRofesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 102. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15333>
- Z. Xiang *et al.* (2015) Role of social media in online travel information search : *Journal of Retailing and Consumer Services*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517709000387>

