

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2018). *Creating Signature Stories: Strategic Messaging that Energizes, Persuades and Inspires*. New York: Morgan James Publishing.
- Adams, S. (2017). *The Designer's Dictionary of Color*. Abrams.
- Alamsyah, A. P., Jamil, M., & Aris, V. (2025). Optimalisasi Digital Marketing untuk Meningkatkan Brand Awareness pada UMKM IdRink. *JURNAL RISET RUMPUN ILMU EKONOMI (JURRIE)*, 4(2).
- Anggraeni, H. N. (2024). *Brand Identity PT. Liza Indah Sukses dalam Dimensi Eksternal Melalui Instagram @coffee.and.couple*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2018). *Desain Komunikasi Visual: Dasar-dasar Panduan untuk Pemula*. Penerbit Nuansa Cendekia.
- Badan Pusat Statistik Kota Balikpapan. (2025). *Ekonomi Kota Balikpapan Triwulan I-2025 Tumbuh 7,97 Persen*. BPS Kota Balikpapan.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Branch, R. M. (2009). *Instructional Design: The ADDIE Approach*. New York: Springer.
- Bringhurst, R. (2012). *The Elements of Typographic Style* (4th ed.). Seattle: Hartley & Marks Publishers.
- Carollina, D., Angkawijaya, Y., & Abednego, V. A. (2022). Analisis "AIDA" Pada Konten Instagram "Madame Gie" Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bahasa Rupa*, 5(2), 144-153.
- Eiseman, L. (2017). *The Complete Color Harmony, Pantone Edition: Expert Color Information for Professional Results*. Quarry Books.
- Emily, J., & Valentina, A. (2023). Desain Grafis untuk Meningkatkan Tampilan Instagram Feeds Produk Aksesoris Motor Brand H. *Jurnal Serina Sosial Humaniora*, 1(3).
- Ghefira Sari Kholili, & Yanti Susanti. (2026). Pengaruh Jam Posting terhadap Engagement Rate. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 01–10. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v5i1.5787>
- Hashmeta. (2025, Juli). *Social Media Landscape Indonesia: Key Stats & Platforms You Need to Know*. Hashmeta Blog.
- Hootsuite. (2026). *Social media KPIs: how to set and track them in 2026*. <https://blog.hootsuite.com/social-media-kpis/>

Igarashi, M., Miwa, M., Ikei, H., Song, C., & Miyazaki, Y. (2019). Physiological and Psychological Relaxation Effects of Visual Exposure to Nature Images. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(2), 241-255.

Kapferer, J.-N. (2012). *The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking* (5th ed.). London: Kogan Page.

Kemp, S. (2025, Februari). *Digital 2025: Indonesia*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.

KPFM Balikpapan. (2025, 8 Agustus). *Festival Kopi Balikpapan Tampilkan 24 Stan UMKM dan Ragam Acara Kreatif*. kapefm.com.

Kusuma, A., & Sachari, A. (2020). "Kajian Semiotika Motif Tradisional Wagara pada Desain Kemasan dan Identitas Visual". *Jurnal Seni Rupa dan Desain*, 14(2), 112-125.

Landa, R. (2016). *Graphic Design Solutions* (6th ed.). Cengage Learning.

Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2010). *Universal Principles of Design*. Rockport Publishers.

Lucie, N. D. (2024). *Pengaruh Suasana Coffee Shop dan Promosi Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen di Adara Coffee BSD*. *Jurnal, Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti*

Lupton, E. (2014). *Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students* (2nd/3rd Ed.). Princeton Architectural Press.

Maria, L., & Santoso, A. B. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Membentuk Branding Suatu Coffee Shop. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, Vol. 2, No. 4, 63-80.

Maulana, M. F. (2024). The Influence of Call to Action Marketing Strategy in TikTok and Instagram Content on Customer Purchasing Decision Among Politeknik Negeri Bandung Students. *International Journal Administration, Business & Organization (IJABO)*, 5(1).

Meitriana, A., Irfan, M., & Umairroh, F. (2025). *JICN: Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENDUKUNG STRATEGI PEMASARAN KLINIK KECANTIKAN BCLINIC THE USE OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA TO SUPPORT BCLINIC BEAUTY CLINIC MARKETING STRATEGY*. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>

Meta for Business. (2024). *The Power of Visual Discovery on Instagram*. Meta Newsroom.

Pratama, R., & Rahmat, A. (2022). "Penerapan Prinsip Irama (Rhythm) dan Pola (Pattern) dalam Meningkatkan Efektivitas Komunikasi Visual Media Sosial". *Jurnal Desain Komunikasi Visual (Nirmana)*, 23(1), 45-58.

Prihatmoko, S., Sumaryanto, & Susatyono, J. D. (2025). Eksplorasi Efek Warna terhadap Keterlibatan Pengguna dalam Animasi Digital: Studi UX/UI pada Platform E-Learning. *Jurnal Publikasi Ilmu Komputer dan Multimedia*, 4(2), 16-29.

Putra, R. W. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Putra, R. W. (2024). *Pengantar Dasar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Deepublish Digital.

Putri, D. G. H. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Laiv.idn dalam Meningkatkan Kesadaran Merek Melalui Media Sosial Instagram*. Skripsi. Universitas Semarang.

Setyawan, D., & Pratiwi, A. (2021). "Pengaruh Bentuk Geometris dan Organik pada Antarmuka Digital terhadap Kenyamanan Visual Pengguna". *Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia (Jurnal Rupa)*, 6(1), 78-89.

Siregar, A. N. (2021). "Representasi ruang kota dalam visual kontemporer: Kajian semiotik pada foto-foto perkotaan". *Jurnal Ilmu Komunikasi Visual*, 7(1), 35–50.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tondreau, B. (2011). *Layout Essentials: 100 Design Principles for Using Grids*. Beverly, MA: Rockport Publishers

We Are Social Indonesia. (2025, November). *Digital 2026: Top Digital and Social Media Trends in Indonesia*. We Are Social.

Wheeler, A. (2017). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team* (5th ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons

Wibowo, A., Pratiwi, D., & Santoso, B. (2021). *Anatomi Tipografi dan Fungsionalitas Ruang Kosong (Negative Space) pada Desain Antarmuka Digital*. *Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Multimedia*, 7(2), 112-125.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson.

Quesenberry, K. A. (2020). *Social Media Strategy: Marketing, Advertising, and Public Relations in the Consumer Revolution* (3rd ed.). Rowman & Littlefield.