

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Suka-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Ahyuna, Hamzah, M. D., & HM, M. N. (2013). Pemanfaatan Internet sebagai Media Promosi Pemasaran Produk Lokal Oleh Kalangan Usaha di Kota Makassar. *Jurnal Komunikasi Kareba*, 2(1), 30–40.
- Al Haq, S., & Surya Patria, A. (2022). Perancangan Template Feed Instagram sebagai Media Promosi Café Ulala (Unesa Learning Laboratory Surabaya). *Jurnal Barik*, 3(2), 30–45. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Alfiona, & Dini, Y. I. F. (2022). Perancangan Strategi Digital Marketing Bisnis pada UMKM Warung Jaka Tingkir. *Journal of Social Responsibility Projects by Higher Education Forum*, 3(2), 109–114. DOI 10.47065/jrespro.v3i2.2753
- Ananda, D. (2022). Pengaruh Instagram sebagai Social Media Marketing terhadap Perilaku Konsumtif Wanita di Kota Sampit. *Keizai*, 3(2), 81–92. <http://jurnal.unda.ac.id/index.php/KEIZAI/index>
- Anasrul, R. F. (2022). *Implementasi Design Thinking dalam Pengembangan Strategi Pemasaran pada UKM Fajar Motor*.
- Apridesain. (2021, June 30). *Apa itu Tipografi? Yuk Pelajari Lebih Dalam*. <https://www.apridesain.id>
- Baderan, J. K., & Indrajit, R. E. (2020). *Design Thinking Membangun Generasi Emas dengan Konsep Merdeka Belajar* (1st ed.). CV Andi Offset.
- Benghadbane, F., & Khreis, S. (2019). The Role of Tourism Marketing in Enhancing Tourism Development: A Comparative Study Between Constantine and Amman Cities. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 24(1), 149–160. <https://doi.org/10.30892/gtg.24112-349>
- Dam, R. F., & Siang, T. Y. (2019). *Stage 2 in the Design Thinking Process: Define the Problem and Interpret the Results*. <https://www.interaction-design.org/literature/article/stage-2-in-the-design-thinking-process-define-the-problem-and-interpret-the-results>
- Edib, L. (2021). *Menjadi Kreator Konten di Era Digital* (1st ed.). Diva Press.
- Fauzia, L. V. (2021). *Pembuatan Kalender Konten dengan Google Sheet dan Template Unggahan sebagai Upaya Pengelolaan Media Sosial Instagram*. Universitas Islam Indonesia.

- Febriansyah, M. R., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh Content Marketing Instagram pada Pembentukan Brand Awareness Transitory Coffee. *E-Proceeding of Management*, 8(6), 8935–8940. <http://publication.petra.ac.id>
- Feradhita. (2021, April 9). *Apa Itu Mockup? Apa Perbedaannya dengan Wireframe & Prototype?* <https://www.logique.co.id>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gibbons, S. (2018, January 14). *Empathy Mapping: The First Step in Design Thinking*. <https://www.nngroup.com/articles/empathy-mapping/>
- Habsy, B. A. (2017). Seni Memahami Penelitian Kualitatif dalam Bimbingan dan Konseling. *Jurnal Konseling Andi Matappa*, 1(2).
- Hamidah, Q. R., Tri, A., Sejati, P., & Mujahidah, A. Z. (2019). *The Development of Small and Medium Businesses (MSMEs) Based on Tecnology to Deal with The Industrial Revolution 4.0* (Vol. 2, Issue 1). <https://jurnal.uns.ac.id/shes>
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Juliana Sukmana, D., Istiqomah, R. R., & Fardani, R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Hasan, M. I. (2018). *Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)* (13th ed.). PT Bumi Aksara.
- Hidayah, N. (2018). *Analisis Strategi Digital Marketing dalam Membantu Penjualan Living Space dan Efo Store*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/10007>
- Hsieh, M. H., & Chang, C. L. (2016). Product Awareness Between Consumers and Designers – A Family Dining Table Design as Example. In S. Yamamoto (Ed.), *Human Interface and the Management of Information: Information, Design and Interaction* (Vol. 9734, pp. 421–432). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-40349-6_40
- Ingle, B. R. (2013). *Design Thinking for Entrepreneurs and Small Businesses: Putting the Power of Design to Work*. Apress.
- Irawan, Y., Pujiyanto, P., & Sudarmanto, J. A. (2021). Perancangan Media Promosi Brand “Raishin Apparel” untuk Memperluas Target Pasar. *JoLLA: Journal of Language, Literature, and Arts*, 1(12), 1747–1764. <https://doi.org/10.17977/um064v1i122021p1747-1764>
- Jamira, A., Febriani, Y., & Amali, M. (2021). Business Model Canvas (BMC): Sebuah Pendekatan dalam Mendorong Mindset Kewirausahaan. *Prosiding*

Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember, 205–214.

- Kee, A. W. A., & Yazdanifard, R. (2015). The Review of Content Marketing as a New Trend in Marketing Practices. *International Journal of Management, Accounting and Economics*, 2(9), 1055–1064. www.ijmae.com
- Kemendikbud. (2020, August 4). *Mengenal Seni Kriya Indonesia: Produk Industri Kreatif Identitas Bangsa*. Kemendikbud.
- Konrad. (2023). *User Persona Examples, Tips and Tools*. <https://www.konrad.com/research/user-persona>
- Martins, J. (2022). *Panduan 6 Langkah Membuat dan Mengelola Kalender Konten Media Sosial*. Asana. <https://asana.com/id/resources/social-media-content-calendar>
- Mayasari, D., & Rahardjo, S. (2018). Peranan Aspek Ekonomis Pariwisata Kota Bogor terhadap Pendapatan Asli Daerah. *National Conference of Creative Industry*. <https://doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1196>
- Nilamsari, N. (2014). Memahami Studi Dokumen dalam Penelitian Kualitatif. *Wacana*, XIII(2). <http://fisip.untirta.ac.id/teguh/?p=16/>
- Nurdelila. (2021). Pengaruh Sistem Digital Marketing terhadap Peningkatan Volume Penjualan Koperasi Agro Rimba Nusantara (Agrina) Desa Parsalakan Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(2), 402–412.
- Pardede, E. Y. R., & Simanjuntak, M. (2022). Penguatan Pemasaran Digital UMKM Menggunakan Metode Design Thinking (Studi Kasus: UMKM Keripik Cap Rumah Adat Minang, UD Rezeki Baru). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 9(2), 119–113. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v9i2.15946>
- Pertiwi, D., & Gusfa, H. (2018). Pengaruh Content Marketing terhadap Pembentukan Brand Awareness pada Kalbis Institute. *Jurnal Media Kom*, VIII(2), 45–57.
- Prasetyo, B., & Suryoko, S. (2018). Dampak Pengembangan Pariwisata terhadap Perkembangan UMKM pada Kawasan Wisata Dieng. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>
- Ramayanti, F. (2019). Peran Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2). <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb78>

- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 49–54. <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb>
- Sadya, S. (2023, March 9). *APJII: Pengguna Internet Indonesia 215,63 Juta pada 2022-2023*. DataIndonesia.Id.
- Sahadat, Idris, M., & Chairunisa, E. D. (2022). Pluralisme dalam Kain Tenung Songket Palembang sebagai Pembelajaran Sejarah. *Kalpataru: Jurnal Sejarah Dan Pembelajaran Sejarah*, 8(1). <https://doi.org/10.31851/kalpataru.v8i2.8961>
- Saraswati, D. A., & Hastasari, C. (2020). Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co dalam Mempertahankan Brand Engagement. *Biokultur*, 9(2), 152. <https://doi.org/10.20473/bk.v9i2.22980>
- Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E. (2020). Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 92–96. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i2.7809>
- Sheikh, M. (2023, February 14). *What Is a Customer Journey Map? 10 Templates & Examples*. <https://visme.co>
- Sikki, N., Yuniarsih, Y., & Sundari, A. (2021). Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Penjualan El Nuby Arabic Shop. *Seminar Nasional Hasil Riset Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Sahid Surakarta*, 1(1), 360–371.
- Siregar, B. P. (2021, January 27). *Ekonomi Bangkit, Sektor Kreatif Bisa Pulih di 2021*. Warta Ekonomi.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Ghetta, A. P. K., Wardhana, (Chand) Aditya, Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding* (A. Sudirman, Ed.). CV. Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Pariwisata* (N. Yuniati, Ed.). CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Sulistiorini, T. (2020). *Pengaruh Content Marketing terhadap Brand Awareness Sociolla (Survei pada Mahasiswa/I Universitas Negeri Jakarta)* [Universitas Negeri Jakarta]. <http://repository.unj.ac.id/id/eprint/11029>

- Sutiksno, D. U., Revida, E., Munsarif, M., Simarmata, H. M., Saputra, D. H., Purnomo, A., Sudirman, A., Sisca, Napitupulu, D., & Purba, S. (2020). *Tourism Marketing* (J. Simarmata & A. Rikki, Eds.). Yayasan Kita Menulis.
- Sutrisno, E. (2022, February 28). *Segala Upaya untuk Kebangkitan Pariwisata Indonesia*.Go.Id.
- Ulfianinda, T. (n.d.). *Wireframe: Komponen, Tipe dan Keuntungan Membuat Wireframe*. Retrieved July 20, 2023, from <https://www.mas-software.com>
- Wardana, R. S. (2022, December 13). *Color Palette : Apa Itu, Fungsi, Tips dan Toolsnya*. <https://vocasia.id/blog/color-palette-adalah/>
- Wulandari, R. W. (2022). Critical Thinking Skill And Independence on Learning Natural Science Based on Gender During The Covid-19 Pandemic. *Al-Ishlah: Jurnal Pendidikan*, 14(3), 3413–3424. <https://doi.org/10.35445/alishlah.v14i3.1141>
- Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M., & Farla, W. (2021). Pembuatan Content Marketing sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness bagi Pelaku Usaha di Era Pandemi Covid-19. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(2), 89–96. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i2.38>
- Yuwono, A., & Indrajit, R. E. (2020). *Pengantar Konsep Dasar Design Thinking-What, Why, Where, When, Who, and How* (1st ed.). CV Andi Offset.