

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1996). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Kreitner, R., & Kinicki, A. (2010). *Perilaku Organisasi* (Organizational Behavior). Jakarta: Salemba Empat.
- Liliweri, A. (2018). *Komunikasi Antar Budaya*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- McQuail, D. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. (2023). *Laporan Strategi Pemasaran UMKM Digital Indonesia*. Jakarta: Kemenkop UKM RI.
- Wibowo, A. (2020). "Peran Video Promosi dalam Membangun Brand UMKM di Media Sosial." *Jurnal Komunikasi Digital*, 6(2), 115–123.
- Putri Rahmawati. (2020). "Pengaruh Media Poster terhadap Brand Awareness Produk Lokal di Yogyakarta." Skripsi. Universitas Gadjah Mada.
- Rahman Hidayat. (2019). "Efektivitas Video Promosi dalam Meningkatkan Kesadaran Merek pada UMKM." Tesis. Universitas Indonesia.
- Santoso Budiarto. (2021). "Strategi Branding Produk UMKM melalui Media Digital." Tesis. Universitas Airlangga.

- Yusra Dian. (2022). "Pengaruh Media Visual pada UMKM." *Media Research Journal*, 10(1), 85–94.
- Sari, W. P., Sholihah, Z. a., & Masali, F. (2023). *Digital Branding UMKM melalui Komunikasi Visual*. Abdi (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat).
- Ningsih, S., Santi, M. R., & Dacosta, K. J. (2024). *Model Komunikasi Visual Foto Produk untuk Optimalisasi Brand Awareness UMKM di Era Digital*. Jurnal Moestopo, 4(2). Studi kasus kualitatif membahas model "3P" (Persiapan, Pemotretan, Publikasi) pada 15 UMKM
- Pojok UMKM Kecamatan Sepatan. (2021). *Media komunikasi visual sebagai sarana promosi usaha mikro kecil menengah*. URNITY (Jurnal e-Pengabdian),
- Video Promosi Animasi – Universitas Negeri Makassar. (2025). *Tahapan perancangan video promosi animasi dengan teknik storytelling*. Jurnal TANRA, konteks kualitatif storytelling visual
- Pelatihan Konten Visual UMKM Jamu Mojokerto. (2023). *Pelatihan pembuatan konten komunikasi visual untuk UMKM Jamu di Mojokerto*. Jurnal UMMAT, mencatat peningkatan pemahaman digital branding visual setelah pendampingan
- Video Promosi UMKM Pempek Palembang. (2023). *Video Sebagai Media Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM Pempek di Kota Palembang*. Journal (ResearchGate).
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage.
- Lester, P. M. (2011). *Visual Communication: Images with Messages* (6th ed.).

Belmont, CA: Wadsworth.

Blumer, H. (1969). *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Schultz, D. E., & Schultz, H. F. (1998). *Integrated Marketing Communications*. Lincolnwood, IL: NTC Business Books.

Gobé, M. (2009). *Emotional Branding: The New Paradigm for Connecting Brands to People*. Allworth Press.

Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. Holt, Rinehart & Winston.

Keller, K. L. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Prentice Hall.

Lester, P. M. (2013). *Visual Communication: Images with Messages*. Cengage Learning

Rahmawati, A. (2021). Pengaruh Media Sosial terhadap Pemasaran UMKM Makanan Tradisional. *Jurnal Ilmu Komunikasi Nusantara*, 5(1), 34–47.

Sari, D. P. (2020). Peran Konten Visual dalam Strategi Pemasaran UMKM Minuman Lokal di Era Digital. *Jurnal Pemasaran Digital*, 2(2), 55–66.

Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. New York: Free Press.

Aaker, D. A. (1997). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: The Free Press.

Audina, D. Z., & Sudradjat, R. H. (2022). Pengaruh kampanye media sosial Instagram terhadap brand awareness PaDi UMKM melalui educative content. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO*, 7(2), 143–154.
<https://jurnalilmukomunikasi.uho.ac.id/index.php/journal/article/view/247>

- Raudhah, N., & Alfikri, M. (2023). Peran influencer Instagram @Adeayulubis dalam meningkatkan brand awareness UMKM kuliner Medan. *Humaniora: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, dan Humaniora*, 13(1), 85–98.
<https://journal.moestopo.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/5298>
- Setya, M. D. A., & Sirait, T. (2024). The impact of Instagram social media marketing on MSME product brand awareness “Call for Coffee.” *Journal of World Science*, 3(2), 211–223.
<https://jws.rivierapublishing.id/index.php/jws/article/view/699>
- Sienatra, K. B., dkk. (2023). Efektivitas penerapan social media marketing pada brand awareness produk crafting UMKM Kota Malang. *Jurnal Bisnis Digital*, 2(4), 112–123. <https://ejournal.arimbi.or.id/index.php/JUBID/article/view/646>
- Wijaya, S. F., Utomo, H., & Sudjanarti, D. (2023). Pembuatan feeds Instagram sebagai media promosi untuk menciptakan brand awareness pada UMKM Kimbab Foodnaku di Kota Malang. *Teewan Journal of Community Engagement*, 1(4), 455–467.
<https://teewanjournal.com/index.php/peng/article/view/2047>