

## Pengembangan Digital Content Untuk Z Studio and Agency

Anjelica<sup>1</sup>, Deli<sup>2</sup>, Jimmy Pratama<sup>3</sup>

Universitas International Batam

email : [223153.anjelica@uib.edu](mailto:223153.anjelica@uib.edu)<sup>1</sup>, [delistan17@gmail.com](mailto:delistan17@gmail.com)<sup>2</sup>, [jimmypratama@uib.ac.id](mailto:jimmypratama@uib.ac.id)<sup>3</sup>

### Abstrak

Magang kerja merupakan upaya untuk meningkatkan kesiapan mahasiswa menghadapi dunia kerja melalui pengalaman langsung di lingkungan profesional. Salah satu implementasinya adalah kegiatan magang di Z Studio & Agency, perusahaan kreatif yang bergerak di bidang desain grafis, manajemen media sosial, dan produksi konten visual. Dalam kegiatan ini, penulis ditempatkan sebagai Graphic Designer untuk merancang konten visual yang bertujuan meningkatkan interaksi audiens dan memperkuat identitas brand klien, khususnya Koko Western. Proses perancangan dan produksi konten dilakukan menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC), yang terdiri dari tahapan konsep, pengumpulan materi, pembuatan, pengujian, hingga distribusi. Hasil luaran berupa desain media sosial, video slideshow, dan menu. menunjukkan adanya peningkatan engagement, penguatan citra brand, serta efektivitas strategi visual di media digital. Kegiatan ini memberikan pengalaman nyata dalam menerapkan prinsip desain komunikasi visual yang efektif sesuai kebutuhan industri kreatif.

**Kata Kunci:** Magang, media sosial, desain grafis, identitas brand, MDLC

### Abstract

*Internships program aims to enhance students' readiness to face the professional world through hands-on learning experiences. One of its implementations is an internship at Z Studio & Agency, a creative company engaged in graphic design, social media management, and visual content production. During this internship, the author served as a Graphic Designer responsible for creating visual content to improve audience engagement and strengthen client brand identity, specifically for Koko Western. The design and production process applied the Multimedia Development Life Cycle (MDLC) method, which consists of concept development, material collection, creation, testing, and distribution stages. The resulting outputs, such as social media content designs, slideshow videos, and promotional materials, have contributed to increased audience engagement, enhanced brand image, and more effective visual strategies on digital platforms. This internship provided the author with valuable practical experience in applying visual communication design principles tailored to the needs of the creative industry.*

**Keywords:** Internship, social media, design graphic, brand identity, MDLC

### PENDAHULUAN

Desain Komunikasi Visual (DKV) memegang peran penting dalam strategi komunikasi perusahaan modern. Dalam dunia yang semakin terdigitalisasi, perusahaan berlomba-lomba untuk tampil menarik dan relevan di mata audiens melalui platform digital, khususnya media

sosial. Oleh karena itu, kemampuan mendesain visual yang komunikatif dan menarik merupakan keahlian yang sangat dibutuhkan dalam industri kreatif saat ini.

Penggunaan desain grafis yang efektif pada media sosial terbukti dapat meningkatkan jumlah pengikut dan engagement audiens secara signifikan.

Seiring dengan meningkatnya konsumsi konten visual, desainer dituntut untuk terus mengikuti perkembangan tren dan menciptakan karya yang segar dan relevan (Glints, 2023).

Salah satu perusahaan mitra yang mendukung program ini adalah Z Studio and Agency yang terletak di wilayah Kepulauan Riau. Seiring dengan meningkatnya jumlah klien dan permintaan akan konten digital yang kreatif, perusahaan menghadapi tantangan dalam menjaga konsistensi kualitas visual, memperkuat identitas brand klien, dan meningkatkan interaksi audiens melalui platform media sosial.

Dalam dunia digital yang sangat kompetitif, banyak brand dan perusahaan kesulitan membangun identitas visual yang konsisten dan menarik di berbagai platform media sosial. Media sosial telah memperluas gaya dan ekspresi desain visual melalui berbagai alat, filter, dan pendekatan personalisasi. Hal ini menciptakan peluang inovatif dalam pengembangan gaya desain yang dinamis dan beragam (Li & Park, 2024). Z Studio & Agency perlu menghadirkan desain visual yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga mampu menyampaikan pesan brand secara efektif dan relevan. Oleh sebab itu, pemahaman mendalam mengenai prinsip-prinsip desain seperti komposisi, warna, tipografi, dan layout sangat diperlukan dalam merancang komunikasi visual yang efektif (Piktochart, 2023). Tantangan lain yang dihadapi adalah kebutuhan akan tenaga kreatif yang mampu memahami tren desain terkini, bekerja cepat dalam tenggat waktu ketat, dan mampu menyesuaikan gaya desain sesuai karakter brand masing-masing klien. Z

Studio & Agency membuka kesempatan bagi mahasiswa magang untuk bergabung dan berkontribusi dalam proses kreatif, sekaligus memberikan ruang pembelajaran praktis di lingkungan kerja profesional. Menurut (Firdausia, 2024), magang merupakan salah satu bentuk pembelajaran berbasis pengalaman yang sangat efektif dalam menumbuhkan kesiapan karier dan meningkatkan kompetensi praktis mahasiswa.

Dalam laporan ini, penulis mengangkat pengalaman magang sebagai Graphic Designer di Z Studio & Agency, sebuah perusahaan kreatif yang bergerak di bidang manajemen media sosial, produksi konten foto dan video, kampanye digital, serta kolaborasi dengan influencer. Fokus dari magang ini adalah bagaimana desain grafis dapat digunakan untuk meningkatkan interaksi audiens dan memperkuat identitas visual brand klien melalui platform media sosial. Pengalaman ini tidak hanya memperkuat keterampilan teknis desain, tetapi juga memperluas pemahaman penulis terhadap dinamika kerja di industri kreatif yang sesungguhnya.

## MASALAH

Z Studio & Agency yang didirikan pada tahun 2020 di Batam, Kepulauan Riau, merupakan perusahaan kreatif yang bergerak di bidang desain grafis, fotografi, dan videografi. Perusahaan ini memiliki struktur organisasi yang efisien dengan pembagian peran yang jelas mulai dari Direktur hingga tim kreatif seperti Divisi Desain dan Divisi Foto & Video. Fokus utama Z Studio & Agency adalah memberikan layanan konten visual yang kreatif dan relevan bagi berbagai klien dari beragam industri. Berdasarkan hasil meeting bersama direktur dan team kreatif

di Z Studio & Agency menunjukkan bahwa pembuatan konten visual dipandang penting untuk menjaga konsistensi identitas brand, meningkatkan engagement audiens, serta membedakan brand dari kompetitor. Selain itu, konten visual yang dirancang secara profesional dinilai lebih efisien dalam promosi karena mudah dibagikan dan dapat mendukung strategi pemasaran jangka panjang melalui dokumentasi yang terstruktur.

Tujuan dari penulisan artikel ini adalah untuk mendeskripsikan proses pelaksanaan magang kerja sebagai desainer grafis di Z Studio and Agency, menjelaskan tahapan perancangan menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC), serta menganalisis hasil implementasi luaran desain terhadap efektivitas promosi digital perusahaan.

## METODE PENELITIAN

### 1. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk mendukung proses desain dan produksi konten selama kerja praktek di Z Studio & Agency. Beberapa metode yang digunakan antara lain observasi, wawancara, dan pencarian referensi visual. Observasi dilakukan dalam tim kreatif yang menangani proyek desain untuk klien Koko Western. Melalui observasi ini, penulis dapat memahami proses kerja mulai dari briefing klien, perancangan ide desain, hingga revisi dan finalisasi konten. Observasi ini juga membantu penulis mengenal ritme kerja tim, gaya komunikasi internal, serta standar visual yang diterapkan oleh perusahaan terhadap klien-kliennya. Selain observasi, wawancara juga menjadi metode penting untuk menggali informasi lebih dalam terkait kebutuhan desain. Wawancara dilakukan dengan pembimbing magang dan tim desain untuk

mendapatkan pemahaman mengenai karakter brand Koko Western, tujuan promosi, serta preferensi visual yang diinginkan oleh klien. Informasi ini sangat membantu dalam menentukan arah desain yang tepat dan relevan dengan target audiens.

Sebagai bagian dari proses pencarian inspirasi dan validasi tren visual, penulis menggunakan mind mapping berupa platform seperti Pinterest dan Behance untuk pencarian referensi. alat mind mapping memainkan peran penting dalam tahap pra-konseptualisasi proses desain grafis, karena mampu membantu desainer mengembangkan ide kreatif dan mempertahankan kreativitas yang berkelanjutan (Dong, Y., Zhu, S., & Li, W., 2021). Melalui platform tersebut, penulis mengumpulkan berbagai referensi desain menu restoran, layout feed media sosial, serta elemen visual interaktif yang dapat diadaptasi. Pencarian referensi ini bertujuan untuk memastikan bahwa desain yang dihasilkan tetap up-to-date, estetis, dan sesuai dengan gaya brand yang dituju.

### 2. Proses Perancangan Luaran

Proses perancangan proyek ini menggunakan Metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC). MDLC Merupakan siklus pengembangan produk multimedia yang dimulai dari analisis produk, pengumpulan bahan, hingga tahap peluncuran, dengan karakteristik unik dalam elemen multimedia seperti teks, gambar, audio, video, dan interaksi (Roedavan, Pudjoatmodjo & Sujana, 2022). MDLC terdiri dari tahapan konsep, pengumpulan materi, pembuatan, pengujian, dan distribusi, yang mendukung pengembangan media pembelajaran interaktif secara efektif (Luther et al. 2021).

Setiap tahapan dilakukan secara sistematis dan bertahap agar menghasilkan produk multimedia yang optimal dan sesuai dengan kebutuhan klien. Pada kegiatan kerja praktek ini, MDLC digunakan untuk merancang dan memproduksi konten visual bagi brand Koko Western, mulai dari pengumpulan ide dan konsep desain, pencarian bahan pendukung seperti foto dan ilustrasi, hingga perakitan desain akhir, pengujian, dan publikasi di platform digital maupun media cetak. Adapun tahap dalam MDLC sebagai berikut.

#### a. Konsep (*Concept*)

Pada tahap ini, dilakukan identifikasi kebutuhan klien (Koko Western), penentuan target audiens, dan tujuan promosi. Brief awal dibahas bersama tim untuk menentukan gaya visual, tone, dan pesan yang ingin disampaikan.



**Gambar 2. Perancangan Konsep dan Ide Desain**

#### b. Perancangan (*Design*)

Tahap ini mencakup perencanaan detail mengenai elemen visual, struktur konten, serta layout desain yang akan digunakan pada media promosi digital maupun cetak.

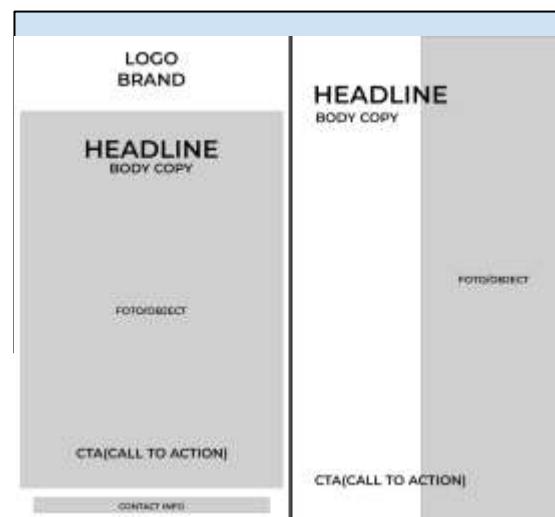
Langkah pertama dalam tahap ini adalah membuat sketsa kasar (rough layout) untuk feed Instagram, desain menu, dan konten story. Sketsa ini berfungsi sebagai kerangka dasar yang menunjukkan posisi

elemen visual seperti gambar, tipografi, ikon dan logo. Selanjutnya dilakukan pemilihan color palette, jenis huruf (font), dan gaya ilustrasi yang selaras dengan karakter brand Koko Western.

Penulis juga mulai membuat mockup awal untuk feed Instagram dengan grid layout, serta template desain yang dapat digunakan secara berulang untuk berbagai jenis konten.



**Gambar 3. Perancangan Layout Desain Feed**

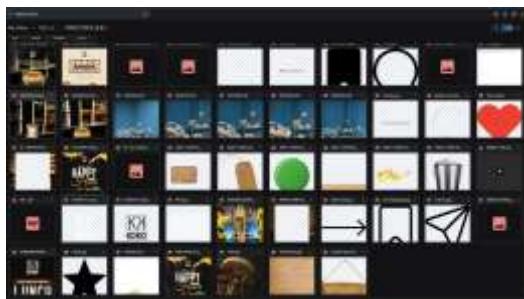


**Gambar 4. Perancangan Layout Desain Story**

#### c. Pengumpulan Bahan (*Material Collecting*)

Setelah proses desain telah disetujui oleh klien, tahap selanjutnya adalah material collecting atau pengumpulan bahan yang dibutuhkan untuk produksi konten. Tahapan ini penting untuk memastikan bahwa seluruh elemen visual yang akan

digunakan telah tersedia, berkualitas baik, dan sesuai dengan identitas brand. Proses pengumpulan material mencakup foto-foto makanan dan minuman yang disediakan oleh tim fotografi Z Studio & Agency. Selain itu, dikumpulkan juga logo asli dalam format vektor, elemen grafis pendukung (ikon dan ornamen), serta konten teks berupa nama menu, deskripsi singkat, dan harga makanan dari pihak klien.



*Gambar 5. Pengumpulan Bahan Konten (Material Collecting)*

d. Pembuatan (*Assembly*)

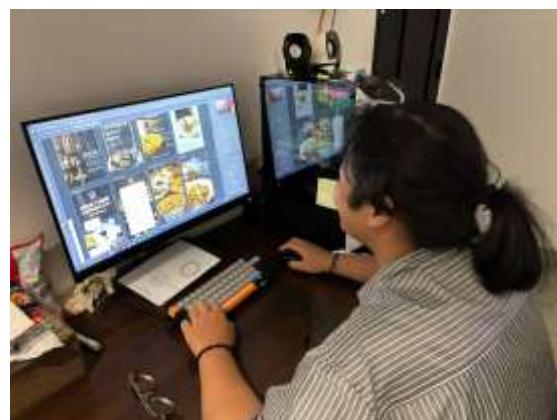
Tahap ini merupakan proses realisasi dari rancangan desain yang telah dibuat sebelumnya, dengan menggunakan seluruh material yang telah dikumpulkan. Di tahap ini, seluruh elemen visual mulai dipadukan dan dieksekusi menggunakan perangkat lunak desain seperti Adobe Photoshop, Adobe Illustrator dan software editing video berupa Capcut.



*Gambar 6. Proses Penyusunan dan Pengeditan Bahan Feed (Assembly)*



*Gambar 7. Proses Penyusunan dan Pengeditan Bahan Story (Assembly)*



*Gambar 8. Proses Penyusunan dan Pengeditan (Assembly)*

e. Pengujian (*Testing*)

Tahap ini merupakan proses evaluasi terhadap seluruh hasil desain dan konten yang telah dikembangkan sebelumnya, untuk memastikan bahwa desain menu, desai feed dan story serta editing video slideshow memenuhi standar kualitas, konsisten dengan brand identity, serta efektif dalam menyampaikan pesan kepada audiens. Proses pengujian dilakukan secara internal bersama supervisor dan tim kreatif Z Studio & Agency, serta melalui feedback langsung dari klien (Koko Western).



**Gambar 9** Testing dan Evaluasi Konten bersama Direktur

#### f. Distribusi (*Distribution*)

Tahap Distribution merupakan proses penyebaran atau publikasi hasil desain yang telah melalui proses pengembangan dan pengujian. Pada kerja praktik ini, distribusi mencakup penyerahan seluruh asset desain kepada klien (Koko Western) dan tim internal Z Studio & Agency untuk digunakan secara langsung dalam kegiatan promosi dan komunikasi visual brand, baik secara online ataupun offline. Konten yang telah selesai, seperti desain menu dalam format cetak dan digital, video slideshow, feed Instagram, serta story interaktif, disimpan dalam sistem folder digital (link Google Drive) berdasarkan kategori. Setiap asset diberi nama file yang sistematis agar memudahkan pencarian.



**Gambar 10.** Hasil Publikasi Desain (*Distribution*)



**Gambar 11.** Hasil Publikasi Desain (*Distribution*)

### 3. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan

Proses ini berlangsung secara bertahap dan disesuaikan dengan kebutuhan brand Koko Western. Setelah desain selesai, dilakukan tahap evaluasi dan revisi berdasarkan masukan dari pihak mitra dan dosen pembimbing. Tahap akhir dari kegiatan ini adalah penyusunan laporan akhir kerja praktek yang mendokumentasikan seluruh proses, hasil, dan pembelajaran yang diperoleh selama kegiatan berlangsung.

**Tabel 1.** Jadwal Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan	Januari				Februari				Maret			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Tahap Persiapan												
Survei ke lokasi mitra	■											
Pengurusan Surat MOU & MOA	■	■										
Konsultasi dengan Dosen Pembimbing		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Tahap Pelaksanaan												
Pelaksanaan Magang di Industri	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Kegiatan	April				Mei				Juni			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Tahap Pelaksanaan												

Pelaksanaan Magang di Industri											
<b>Tahap Penilaian &amp; Pelaporan</b>											
Penilaian & Evaluasi											
Penyusunan Laporan											
Finalisasi Laporan											

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Perancangan Luaran Kegiatan

Selama pelaksanaan kegiatan kerja praktek, penulis telah merancang dan memproduksi sejumlah output utama yang bertujuan untuk mendukung aktivitas promosi serta memperkuat identitas visual brand Koko Western. Berikut ini merupakan hasil dari proses perancangan yang telah diselesaikan selama masa kerja praktek. luaran kegiatan yang telah dilakukan:

#### a. Desain Menu

Desain menu makanan dan minuman yang menarik secara visual dan sesuai dengan identitas brand Koko Western. Pembuatan menu bertujuan untuk menyajikan informasi secara visual dan komunikatif, membantu audiens mengenali pilihan yang tersedia dengan cepat, serta memperkuat identitas brand melalui elemen desain yang estetis dan mudah dipahami.



Gambar 12. Desain Menu Makanan



Gambar 13. Desain Menu Minuman

#### b. Desain Konten Social Media

Desain konten untuk sosial media meliputi berbagai elemen visual seperti feed dan story Instagram yang disusun sesuai identitas visual brand Koko Western. Pembuatan konten ini bertujuan untuk memperkuat daya tarik tampilan akun Instagram serta menyampaikan pesan promosi secara tepat sasaran kepada audiens. Proses perancangan dilakukan menggunakan Adobe Photoshop dengan mengacu pada prinsip-prinsip desain grafis, strategi branding, dan segmentasi pasar.



Gambar 14. Desain Konten Sosial Media Feed



**Gambar 15.** Desain Konten Sosial Media Story

#### c. Video Slideshow Menu

Penulis juga merancang dan memproduksi video slideshow menu berdurasi pendek yang menampilkan berbagai pilihan menu unggulan brand Koko Western. Video ini disusun menggunakan software Capcut dengan menekankan elemen visual yang menarik, transisi yang halus, serta penggunaan tipografi dan warna yang selaras dengan identitas visual brand.



**Gambar 16.** Video Slideshow Menu

## 2. Proses Implementasi Luaran

Setelah seluruh proses perancangan luaran selesai, tahap implementasi dilakukan dengan menyerahkan hasil dalam format digital melalui Google Drive

kepada client Koko Western. Hasil yang diserahkan mencakup desain menu, desain konten sosial media dan video slideshow menu. Pihak perusahaan kemudian mengimplementasikan hasil karya dengan mempublikasikannya melalui media sosial resmi dari brand Koko Western. Beberapa konten seperti feed dan story telah diposting sesuai dengan jadwal yang disusun dalam kalender konten yang dibuat oleh team content planner. Tahap ini bertujuan untuk menunjang kegiatan promosi brand Koko Western agar dapat memperkuat citra brand di ranah digital.



**Gambar 17.** File Desain yang dikelompokkan (Google Drive)



**Gambar 18. Hasil Upload Sosial Media Instagram**

### 3. Kondisi Setelah Implementasi

Setelah implementasi konten visual promosi oleh Koko Western, terjadi peningkatan yang signifikan dalam performa media sosial brand. Konten yang telah dipublikasikan, seperti desain feed, story, dan video reels di Instagram, menunjukkan peningkatan jumlah followers, views, serta interaksi pengguna berupa likes dan comment. Hal ini mengindikasikan bahwa konten visual yang dirancang dengan pendekatan estetis dan konsisten dengan identitas brand mampu menarik minat audiens secara efektif. Selain mendorong keterlibatan digital, kehadiran visual yang kuat ini turut membangun citra profesional Koko Western di mata audiens dan memperkuat daya saing brand di platform digital.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kerja praktek yang telah dilaksanakan di Z Studio and Agency, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam management sosial media dan promosi brand. terutama pada peningkatan dan efektivitas strategi pemasaran digital dengan pembuatan konten sosial media, menu dan video. Seluruh output yang telah dirancang mulai dari desain menu, konten media sosial, hingga video slideshow berhasil diimplementasikan oleh pihak client dan digunakan secara aktif dalam strategi komunikasi digital mereka. Berikut merupakan beberapa poin utama yang dapat disimpulkan dari pelaksanaan kerja praktek ini:

1. Penerapan metode MDLC memberikan alur kerja yang terorganisir dalam setiap tahapan produksi konten, mulai dari konsep hingga distribusi. Dengan adanya tahapan yang jelas dan berurutan, proses perancangan konten visual seperti feed Instagram, story, desain menu, dan video slideshow menu dapat berjalan secara efisien dan sesuai dengan standar kualitas yang diharapkan.
2. Pendekatan desain yang selaras dengan identitas brand dan tren visual digital mampu menarik perhatian audiens secara efektif. Dengan demikian, kegiatan kerja praktek ini tidak hanya berhasil memenuhi tujuan pembelajaran, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi brand Koko Western dalam membangun citra profesional di ranah digital.
3. Implementasi konten visual yang konsisten dengan identitas brand terbukti meningkatkan performa media sosial Koko Western, ditandai dengan naiknya jumlah followers, views, dan engagement. Desain yang estetis berhasil menarik perhatian audiens, memperkuat citra profesional, dan meningkatkan daya saing brand di ranah digital.

Berdasarkan hasil dan luaran yang dicapai selama pelaksanaan kerja praktek, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi brand Koko Western dalam mengembangkan strategi promosi visual kedepannya:

1. Penting bagi perusahaan untuk mempertahankan konsistensi identitas visual dalam setiap konten yang dipublikasikan, guna membangun brand image yang kuat dan mudah dikenali oleh audiens.
2. Memperluas jangkauan promosi digital ke platform lain seperti TikTok, Facebook dan Rednote (Xiaohongshu) yang memiliki potensi besar dalam menjangkau segmen pasar yang lebih luas dan beragam.

## DAFTAR PUSTAKA

Dong, Y., Zhu, S., & Li, W. (2021). Promosi kreativitas berkelanjutan: Studi empiris tentang aplikasi alat mind mapping dalam pendidikan desain grafis. *Sustainability*, 13(10), 5373. <https://doi.org/10.3390/su13105373>

Dixman, H., & Siahaan, M. (2023). Magang kerja: Graphic designer di PT LONG TIME. Dalam *Prosiding National Conference for Community Service Project (NaCosPro)* (hlm. 170–179). Universitas Internasional Batam. <http://journal.uib.ac.id/index.php/nacospro>

Glints. (2023). Pentingnya tren desain grafis dalam meningkatkan engagement media sosial. <https://glints.com/id/insights/tren-desain-grafis-media-sosial/>

Kurniawan, A., & Maulida, N. (2022). Kolaborasi kampus dan industri dalam MBKM: Studi kasus implementasi strategi pembelajaran adaptif. *Jurnal Inovasi Pendidikan*, 15(3), 200–215.

Li, S., & Park, J. (2024). The impact of social media on visual communication design. *Journal of New Media and Economics*, 1(1), 138–145. <https://doi.org/10.62517/jnme.202410223>

Luther, E., Ramadhan, A., & Nugroho, R. (2021). Penerapan metode MDLC dalam pengembangan media pembelajaran interaktif. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 9(1), 45–55.

Magang MBKM sebagai sarana meningkatkan adaptabilitas karir mahasiswa teknik mesin. (2024). *Prosiding SEMDIKJAR (Seminar Nasional Pendidikan dan Pembelajaran)*, 7, 42–54. <https://doi.org/10.29407/280adr33>

Mitrović, S., Jakšić, M., & Spajić, I. (2020). Visual communication on social media: Effects on brand awareness. *International Journal of Marketing Studies*, 12(4), 55–67. <https://doi.org/10.5539/ijms.v12n4p55>

Piktochart. (2023, February 28). 3 basic design principles for effective infographic creation.

<https://piktochart.com/blog/design-principles-infographic/>

Rodiyah, R. (2021). Implementasi program Merdeka Belajar Kampus Merdeka di era digital dalam menciptakan karakter mahasiswa hukum yang berkarakter dan profesional. *Seminar Nasional Hukum Universitas Negeri Semarang*, 7(2), 425–434.

<https://doi.org/10.15294/snunnes.v7i2.737>

Roedavan, R., Bambang, P., & Sujana, A. (2022). Multimedia Development Life Cycle (MDLC).

<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.16273.92006>

Solehatin, S., Aslamiyah, S., Pertiwi, D. A. A., & Santosa, K. (2023). Augmented reality development using multimedia development life cycle (MDLC) method in learning media. *Journal of Soft Computing Exploration*, 4(1).  
<https://doi.org/10.52465/joscex.v4i1.118>

Ummar, R., & Saleem, S. (2020). Thematic ideation: A superior supplementary concept in creativity and innovation. *SAGE Open*, 10(3).

<https://doi.org/10.1177/2158244020947429>

Winardo, J., & Christian, Y. (2023). Pelaksanaan digital marketing sebagai social media manager untuk peningkatan insights dan penjualan dengan kerangka kerja Agile Scrum. Dalam *Prosiding National Conference for Community Service Project (NaCosPro)* (hlm. 409–415). Universitas Internasional Batam.  
<http://journal.uib.ac.id/index.php/nacospro>

Yang, X., & Xie, Y. (2020). The power of visual marketing in social media era: From user interaction to brand trust. *Journal of Business Research*, 118, 489–497.

<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.042>