Misterius : Publikasi Ilmu Seni dan Desain Komunikasi Visual
Volume. 1, No.3 September 2024
e-ISSN: 3032-1654; p-ISSN: 3032-2057, Hal 218-230
DOI : https://doi.org/10.62383/misterius.v1i3.343
Available online at: https://journal.asdkvi.or.id/index.php/Misterius

Perancangan Konten *Digital* Komunitas Ilustrasi Corat-Coret Sebagai *Media* Promosi

Idham Malik[1] , Galih Mandala Putra[2] , Yuni Awalaturrohmah Solihah[3]
[123] Universitas Catur Insan Cendekia, Indonesia
Email: [1]idham.malik.dkv.20@cic.ac.id , [2]galih.putra@cic.ac.id , [3]yuniasolihah@cic.ac.id

Jl. Kesambi No.202, Kota Cirebon, Jawa Barat 45133, Indonesia
Korespondensi penulis: idham.malik.dkv.20@cic.ac.id

Abstract*. In the era of rapid technological advancement, the utilization of digital content as a pivotal tool for advertising has become increasingly crucial. Digital content and illustration have emerged as essential elements in today's digital landscape, particularly in the realm of visual communication. The primary objective of this research is to create and disseminate digital content focused on educated illustration in the form of videos to enhance awareness within the Corat-Coret illustration community. To achieve this goal, the Integrated Marketing Communication (IMC) approach is employed to ensure that the targeting and alignment between the promotional elements used are appropriate, thereby ensuring a more consistent and effective message. This study leverages various software tools, including Capcut, Procreate, and Adobe Photoshop, to produce high-quality digital content. The final results of this research are presented in the form of engaging reels videos on Instagram platforms, as well as complementary physical media such as stickers, art prints, and keychains. By integrating these elements, the research aims to effectively attract and engage the target audience, thereby enhancing the overall marketing strategy*

Keywords*: IMC, digital content, illustration, reels, campaign.*

Abstrak. Di era kemajuan teknologi yang pesat, pemanfaatan konten *digital* sebagai alat penting untuk beriklan menjadi semakin penting. Konten *digital* dan ilustrasi telah muncul sebagai elemen penting dalam lanskap *digital* saat ini, khususnya dalam bidang komunikasi visual. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk membuat dan menyebarkan konten *digital* yang berfokus pada ilustrasi yang mendidik dalam bentuk *video* untuk meningkatkan kesadaran dalam komunitas ilustrasi Corat-Coret. Untuk mencapai tujuan ini, pendekatan *Integrated Marketing Communication* (IMC) digunakan untuk memastikan bahwa penargetan dan penyelarasan antara elemen-elemen promosi yang digunakan sudah tepat, sehingga memastikan pesan yang lebih konsisten dan efektif. Penelitian ini memanfaatkan berbagai perangkat lunak, termasuk *Capcut*, *Procreate*, dan *Adobe Photoshop*, untuk menghasilkan konten *digital* berkualitas tinggi. Hasil akhir dari penelitian ini disajikan dalam bentuk *video reels* yang menarik di *platform Instagram*, serta media fisik pelengkap seperti stiker, *art print,* dan gantungan kunci. Dengan mengintegrasikan elemen-elemen ini, penelitian ini bertujuan untuk menarik dan melibatkan audiens target secara efektif, sehingga meningkatkan strategi pemasaran secara keseluruhan.

Kata kunci: IMC, konten *digital*, ilustrasi, *reels*, promosi.

1. LATAR BELAKANG

Ilustrasi adalah seni menciptakan representasi visual untuk mendukung, menjelaskan, atau memperjelas konsep, ide, cerita, atau informasi. Bentuknya beragam, seperti gambar, sketsa, lukisan, komik, atau grafis digital, dengan tujuan menyampaikan pesan secara menarik dan dapat mudah dipahami.

Ilustrasi digital semakin populer dalam beberapa tahun terakhir, berkembang menjadi industri yang pesat. Seniman kini dapat menciptakan berbagai gaya, seperti *freehand*, realis, semi-realis, *vector*, *chibi, 2D dan 3D*. *Media* sosial berperan penting sebagai *platform* untuk

Received Agustus 05, 2024; Revised Agustus 20, 2024; Accepted September 25, 2024; Published; September 28, 2024

memamerkan dan memasarkan karya. Dalam era *digital*, konten ini meningkatkan efisiensi dan partisipasi, serta menarik minat remaja untuk mempelajari ilustrasi *digital* dan pasar terkait.

Menurut Augia (2017), Ilustrasi merupakan seni gambar yang memberikan penjelasan terhadap maksud atau tujuan dalam bentuk visual. Menggambar ilustrasi merupakan kegiatan menuangkan informasi, ide, atau perasaan berupa coretan yang menghasilkan karya seni rupa dua dimensi. Menurut Simanjuntak (2018), Ilustrasi *digital* adalah ilmu yang mempelajari tentang bagaimana cara mengekspresikan kemampuan kreatif dari program komputer untuk membuat seni visual berupa ilustrasi dan memperbaiki ilustrasi. Pembuatan ilustrasi *digital* juga dapat menggunakan foto, baik yang di edit terlebih dahulu menggunakan *program* komputer, maupun langsung digunakan tanpa melalui proses *editing*.

Komunitas ilustrasi Corat-Coret didirikan pada 31 Januari 2021, merupakan komunitas non-profit yang menjadi wadah bagi seniman *digital* berbakat untuk memperdalam keterampilan di dunia ilustrasi *digital*. Tujuan komunitas ini yaitu mengembangkan minat menggambar digital menjadi peluang karir nyata melalui edukasi sistematis dan jejaring komunitas yang inklusif bagi semua *illustrator* di indonesia. Komunitas ini juga berupaya meningkatkan kesadaran tentang pesan inti melalui promosi konten digital dan kegiatan yang tersedia di dalamnya untuk menarik perhatian lebih luas. Menurut wawancara dengan komunitas ilustrasi Corat-Coret, perancangan konten *digital* akan difokuskan pada *platform Instagram* karena lebih efisien dan mudah dijangkau. Konten persuasif seperti *video reels* akan digunakan untuk mempromosikan eksistensi komunitas dengan materi edukasi tentang ilustrasi *digital*. Komunitas ini memiliki potensi besar, tidak hanya dalam membangun relasi, tetapi juga dalam membuka peluang pekerjaan nyata melalui *program* konten ilustrasi terhadap industrinya maupun dari informasi pekerjaan yang dibagikan oleh anggota lain di *platform Discord* dan grup *WhatsApp,* adapun *program* kegiatan seperti kelas *live drawing* dan *challenge* ilustrasi untuk meningkatkan kualitas menggambar. Hal ini membantu para *illustrator* kecil mendapatkan peluang karir yang terpercaya.

Menurut Durianto dkk (2017), Kesadaran Merek atau *Brand Awareness* menunjukkan kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali atau mengingat kembali bahwa suatu merek merupakan bagian dari kategori produk tertentu. Dengan begitu komunitas ilustrasi Corat-Coret sangat membutuhkan untuk meningkatkan kesadarannya untuk ditunjukkan kepada calon audiens yang lebih luas jangkauannya. Menurut Silviani dan Darus (2021), *Integrated Marketing Communication* merupakan suatu metode tentang bagaimana suatu bisnis bisa disampaikan dengan pesan yang sama pada seluruh *media* pemasaran secara terpadu.

Metode ini dianggap tepat untuk membantu suatu merek berkomunikasi dan memperkenalkan produknya kepada audiens, melalui konten *video reels* di *media* sosial dan *art print*. Pendekatan ini penting sebagai sarana komunikasi antara komunitas ilustrasi Corat-Coret dengan audiens, memperkenalkan profil dan kegiatan komunitas, serta meningkatkan *insight* agar dapat bersaing dengan komunitas ilustrasi lainnya. Dalam perancangan ini, penulis sebagai anggota komunitas, mengatasi tantangan dalam merancang konten *digital* berupa *video reels* guna memperkuat pesan inti dan meningkatkan *awareness*.

2. KAJIAN TEORITIS

Konten Digital

Konten *digital* adalah konten yang telah dibuat dalam berbagai bentuk atau *format* seperti tulisan, *video*, gambar, *audio* atau kombinasi dari semua itu dan dapat disimpan, dibaca, diaplikasikan ke dalam mesin *digital* dan dengan mudah dibagikan ke dalam *media digital* dan *media online* melalui proses digitalisasi. (Rinanda, 2023).

Media sosial berfungsi sebagai platform untuk berbagai jenis konten digital, yang dapat digunakan sebagai alat komunikasi dengan calon audiens melalui konten yang sesuai dengan kebutuhan target. Begitu pula, komunitas memerlukan konten yang bermanfaat untuk meningkatkan perhatian, seperti komunitas ilustrasi Corat-Coret yang berfokus pada konten terkait ilustrasi digital.

Content Marketing

Content Marketing adalah sesuatu yang diciptakan atau dibagikan dalam bentuk *long-form (Article, E-book, Blog), short-form (Update* di *Twitter, Instagram, Facebook*) dan juga percakapan lainnya (diskusi *online*, seperti memberi komentar di forum *online*) yang memiliki nilai relevan untuk menarik pelanggan dan mendorong nya bertindak tanpa harus melakukan penjualan secara terus menerus. (Meilyana, 2017).

Sebuah merek memerlukan media promosi untuk menyampaikan pesan informatif kepada target audiens. Tujuan utamanya adalah memperkenalkan merek, membangun citra positif, serta meningkatkan kesadaran calon konsumen terhadap produk yang dipasarkan dan spesifikasinya. Konten pemasaran sangat penting, terutama di *platform digital* seperti *Instagram, TikTok* dan *Facebook*. Penelitian ini menghasilkan konten digital berupa *video Instagram Reels* untuk mempromosikan profil komunitas dan kegiatan di dalamnya. Konten tersebut akan dipublikasikan selama tiga minggu, dengan setiap *video* berdurasi satu menit yang memperkenalkan komunitas ilustrasi Corat-Coret

kepada audiens, serta memberikan materi edukatif tentang ilustrasi *digital* bagi *illustrator* pemula.

Ilustrasi *Digital*

Gambar merupakan bahasa umum yang dapat dimengerti dan dinikmati dimana-mana. *Media* gambar sesuai kelompoknya merupakan *media* visual dua dimensi pada bidang tidak transparan. (Simanjuntak, 2018).

Ilustrasi digital adalah bidang yang mempelajari cara memanfaatkan program komputer untuk menciptakan dan menyempurnakan seni visual dalam bentuk ilustrasi 2D. Sebelum mempelajari *program* aplikasi, penting untuk memahami jenis gambar digital yang akan diolah, yaitu *vector* dan *bitmap* yang masing-masing memiliki karakteristik dan kegunaan yang berbeda. Ilustrasi *digital* juga bisa menggunakan foto, baik yang telah diedit dengan *program* komputer atau secara langsung menggambar pada *software*. Penelitian ini menggunakan beberapa *software* antara lain *Procreate, Photoshop*, dan *Capcut*. Penelitian ini akan mencakup materi ilustrasi yang dirancang untuk menyampaikan informasi kepada audiens luar komunitas melalui konten *digital* dalam *format video*.

3. METODE PENELITIAN

Metode perancangan dimaksudkan untuk acuan proses kreatif pada suatu perancangan. Metode perancangan yang digunakan yaitu *Integrated Marketing Communication.* Metode *Integrated Marketing Communication* mencakup model pemasaran yang menggambarkan alur interaksi antara produk atau jasa dengan konsumen, yang dikenal sebagai pendekatan model *Attention, Interest, Search, Action,* dan *Share*. Penelitian ini menerapkan model tersebut untuk mempromosikan profil komunitas ilustrasi Corat-Coret.

***Attention* (Atensi)**

Tahap pertama, Atensi bertujuan untuk dapat menarik perhatian calon audiens melalui konten video *reels* yang telah dipublikasikan di *platform Instagram*. Konten *video* yang dirancang secara khusus agar dapat menarik minat audiens terhadap komunitas ilustrasi Corat-Coret dengan tema edukasi seputar ilustrasi *digital*. Selain itu, perhatian audiens juga dibantu ditingkatkan melalui kegiatan-kegiatan menarik, seperti mempromosikan challenge ilustrasi dan kelas *live drawing online* yang diadakan oleh komunitas tersebut. Kegiatan ini tidak hanya mendorong partisipasi aktif dari anggota komunitas, tetapi juga mengundang minat dari *illustrator* lain atau individu yang tertarik dengan dunia ilustrasi *digital*, sehingga dapat memperluas jangkauan.

***Interest* (Ketertarikan)**

Tahap berikutnya adalah tahap interest, fokus utamanya adalah membangkitkan minat audiens. Pada tahap ini, konten *video reels* dirancang berdasarkan naskah yang telah disusun, yang mencakup elemen visual seperti ilustrasi karakter maskot komunitas. Selain itu, *video* tersebut secara langsung menawarkan informasi tentang kegiatan *challenge* dan kelas *live drawing* yang diadakan oleh komunitas ilustrasi Corat-Coret. Elemen-elemen ini bertujuan untuk menarik perhatian lebih dalam dari audiens, sehingga meningkatkan ketertarikan mereka terhadap komunitas. Melalui penyampaian visual yang menarik dan informatif, *video reels* ini diharapkan dapat memperluas wawasan audiens yang penasaran untuk memperdalam minat mereka terhadap kegiatan dan profil komunitas, serta mendorong keterlibatan lebih lanjut.

***Search* (Pencarian)**

Pada tahap *Search* atau Pencarian, audiens yang telah tertarik akan mencari informasi lebih lanjut mengenai profil komunitas ilustrasi Corat-Coret dan kegiatan yang ditawarkan di dalamnya. Pencarian ini dapat dilakukan melalui fitur *direct message* atau kolom komentar di *Instagram*, di mana audiens dapat menggali lebih dalam dan mengajukan pertanyaan serta berinteraksi langsung dengan pihak komunitas untuk bergabung.

***Action* (Tindakan)**

Kemudian pada tahap *action* atau aksi ini, audiens yang tertarik akan mulai mengikuti profil komunitas ilustrasi Corat-Coret di *Instagram* dan mencari informasi mengenai cara bergabung. Dengan demikian, anggota baru akan bergabung dan mendapatkan informasi tentang kegiatan-kegiatan komunitas yang telah mereka ketahui melalui *video reels* yang dipublikasikan.

***Share* (Membagikan)**

Terakhir, tujuan dari tahap *share* atau membagikan yaitu agar audiens yang telah bergabung atau mengikuti profil komunitas ilustrasi Corat-Coret akan berpartisipasi dalam berbagai *challenge* ilustrasi dan dapat mengikuti kelas *live drawing* serta saling bertukar pengetahuan mengenai dunia ilustrasi dan pasar terkait. Mereka juga akan membagikan aktivitas menarik dari komunitas tersebut kepada publik, sehingga membantu memperluas jangkauan dan wawasan tentang komunitas. Selain itu, tahap ini juga berfungsi sebagai testimoni, di mana hasil karya yang telah dihasilkan di komunitas ini dapat menambah portofolio dan menjadi bukti dari pencapaian yang telah dirancang.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Media Utama

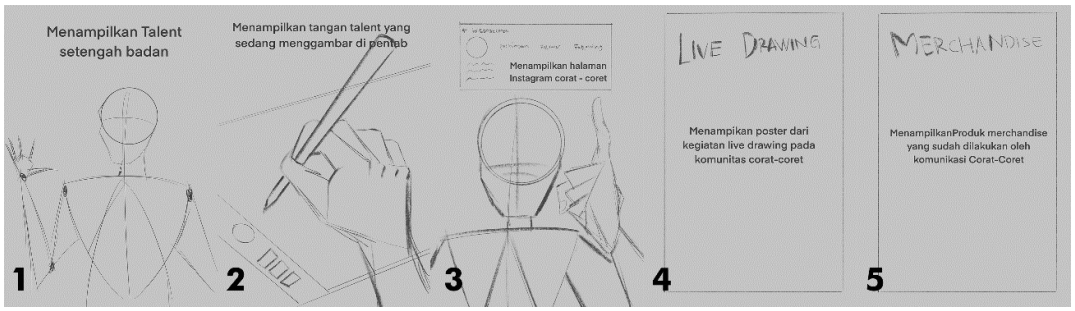
Tujuan pada penelitian ini yaitu untuk meningkatkan kesadaran pada komunitas ilustrasi Corat-Coret dengan merancang tiga *video reels* edukasi tentang materi ilustrasi *digital* yang memanfaatkan *Instagram* sebagai *platform media* serta *Instagram Ads* sebagai alat untuk membantu mempercepat meningkatkan *engangement* pemasaran. Dengan konten edukasi *video reels* yang bertemakan ilustrasi *digital* dapat membantu menambah wawasan kepada audiens dalam memahami setiap proses alur pembelajaran dari awal hingga akhir dengan dibawakan oleh *talent* sebagai pematerinya, setiap *video reels* memiliki informasi tema dan *storyline* yang berbeda. Maka pembuatan *media* utama yang berupa tiga *video reels Instagram* dilakukan dengan survei terlebih dahulu terhadap kebutuhan materi yang sesuai dengan pasar ilustrasi *digital* saat ini.

Kenalan Yuk Sama Komunitas Corat-Coret!	Memperkenalkan profil komunitas ilustrasi Corat-Coret beserta kegiatan didalamnya kepada audiens.
Belajar Pose Dinamis Karakter	Materi untuk membantu belajar menggambar pose karakter supaya tidak terlihat lebih dinamis.
Bikin Portfolio Lebih Menarik!	Edukasi tentang portfolio menarik dalam bidang ilustrasi dan mengarahkannya ke dalam industri kreatif.

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

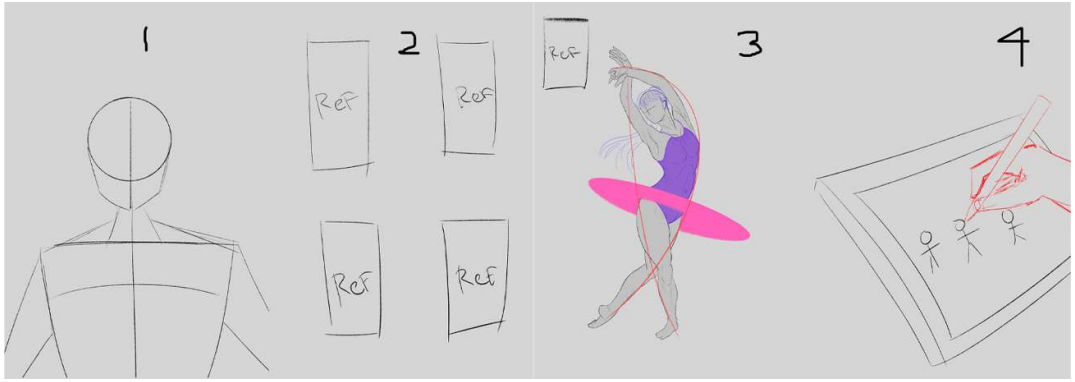
Gambar 1. ***Bumper Video Reels***

Sketsa storyboard yang dibuat untuk tiga video reels dalam penelitian ini berfungsi sebagai representasi visual dari konsep yang ingin disampaikan. Setiap sketsa menggambarkan dengan rinci urutan adegan yang telah direncanakan, memberikan gambaran jelas tentang alur cerita, elemen visual, serta pesan yang akan disampaikan dalam masing-masing adegan. Hal ini membantu memastikan bahwa setiap adegan berjalan sesuai dengan konsep yang telah ditentukan sebelumnya, serta memfasilitasi perencanaan dan produksi video secara lebih terstruktur.



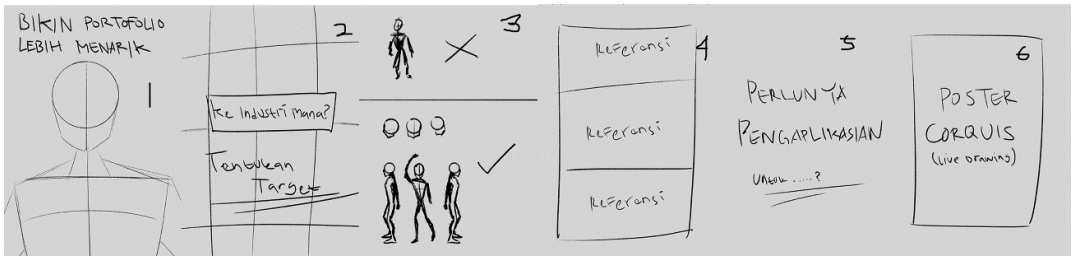
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Gambar 2. ***Storyboard Video Reels 1***



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Gambar 3. ***Storyboard Video Reels 2***

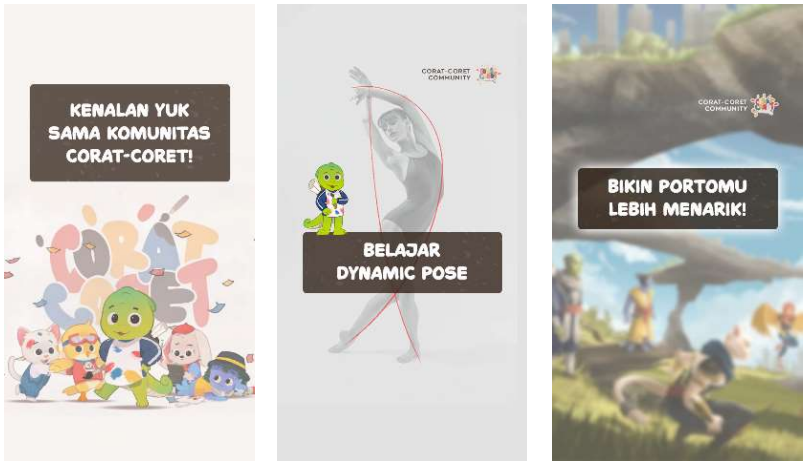


Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Gambar 4. ***Storyboard Video Reels 3***

Dibawah ini merupakan desain *bumper* yang ditampilkan pada halaman *reels Instagram.* Fungsinya agar membuat tampilan *thumbnail* halaman *reels* pada komunitas ilustrasi Corat-

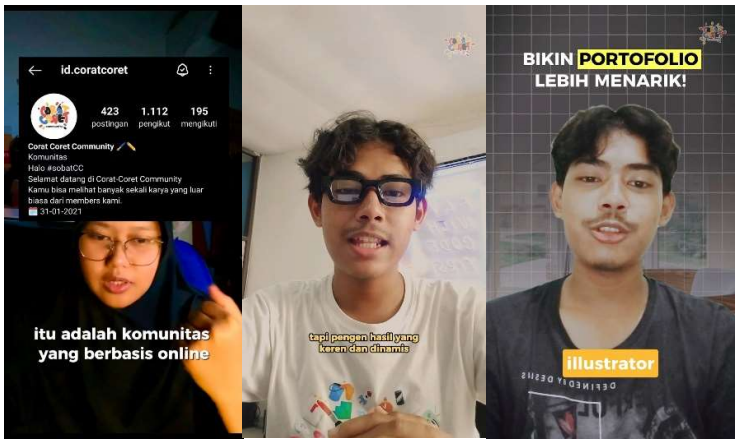
Coret lebih menarik serta membuat audiens lebih penasaran. Dengan menampilkan visual dari karakter maskot yang dimiliki oleh komunitas tersebut.



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Gambar 5. ***Bumper Video Reels***

Berikut ini adalah *bumper* isi dari *video reels* yang telah dipublikasikan, di mana setiap *video* menampilkan *talent-talent* yang membawakan materi edukasi sesuai dengan naskah yang telah disiapkan.

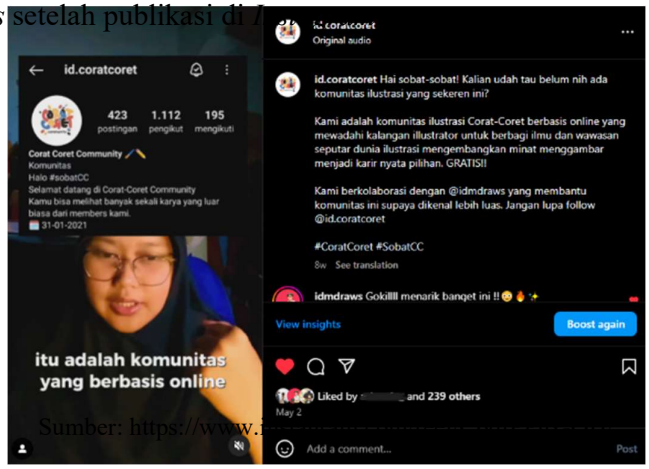


Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Gambar 6. Tampilan Pemateri Dalam *Video Reels*

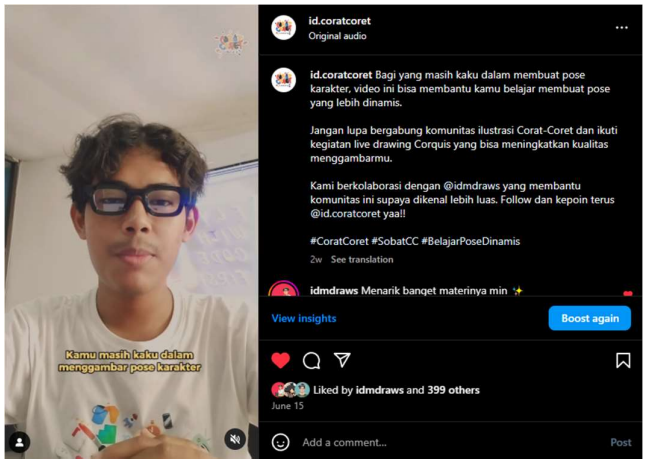
Uji Hasil Karya

Hasil perancangan di publikasi ke *platform Instagram* komunitas ilustrasi Corat-Coret untuk melihat keefektifannya dilakukan dengan menggunakan *Instagram Ads* sebagai cara untuk mempercepat peningkatan *engangement reels* tersebut. Masing-masing dari tiga *video reels* menggunakan *Instagram Ads* selama tiga hari dalam tiga minggu. Berikut dibawah ini adalah tampilan *video reels* setelah publikasi di I



Sumber: https://www.i

Gambar 7. Publikasi *Video Reels 1*



Sumber: https://www.instagram.com/reel/C8PF5PaSuC4/

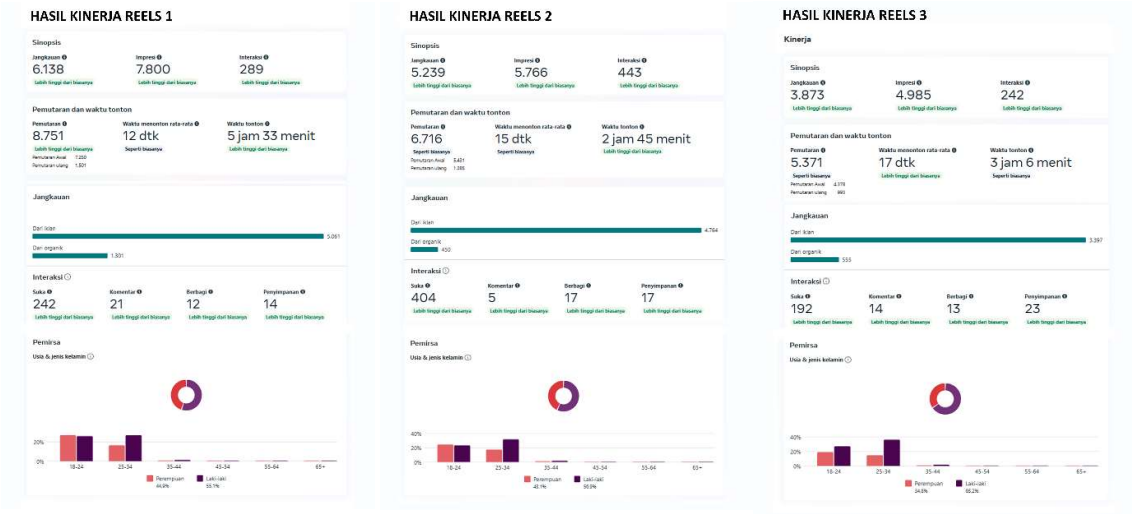
Gambar 8. Publikasi *Video Reels 2*

Sumber: https://www.instagram.com/reel/C8PF5PaSuC4/

Gambar 9. Publikasi *Video Reels 3*

Instagram Ads

Setiap *video reels* yang telah dipublikasikan akan dimanfaatkan sebagai bagian dari kampanye promosi komunitas ilustrasi Corat-Coret melalui *Instagram Ads*. Penggunaan iklan ini bertujuan untuk mempercepat peningkatan statistik kampanye, seperti jangkauan audiens, interaksi, dan ketertarikan terhadap komunitas. Dengan strategi ini, diharapkan konten *video reels* yang telah dibuat tidak hanya menjangkau pengikut yang sudah ada, tetapi juga menarik minat audiens baru yang lebih luas, sehingga mampu mendorong pertumbuhan profil komunitas secara signifikan.



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Gambar 7. Hasil Kinerja *Instagram Ads*

Instagram Ads mampu membuat kinerja dari ketiga *video reels* menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam berbagai metrik statistik. Jangkauan audiens, jumlah pemutaran *video*, impresi, serta tingkat interaksi semuanya mengalami kenaikan yang cukup pesat dibandingkan dengan data sebelumnya. Durasi penggunaan *Instagram Ads* selama tiga hari terbukti sangat efektif dalam menarik perhatian audiens yang lebih luas. Kampanye iklan ini berhasil memperluas eksposur *video*, meningkatkan keterlibatan pengguna, dan memperkuat dampak promosi, sehingga menjadi strategi yang tepat dalam mempercepat pertumbuhan profil komunitas ilustrasi Corat-Coret.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Perancangan ini merupakan tentang proses perancangan tiga konten *digital* berupa edukasi *video reels Instagram* yang berfungsi sebagai *media* promosi yang informatif sesuai dengan kebutuhan materi ilustrasi *digital*. Selain itu, perancangan ini menggunakan metode *Integrated Marketing Communication* dengan pendekatan *Attention*, yaitu memperkenalkan profil komunitas ilustrasi Corat-Coret, kemudian ke tahap *Interest*, yaitu membangkitkan minat audiens, dilanjut dengan tahapan *Search*, tujuannya agar audiens menggali lebih dalam terhadap informasi tentang komunitas, lalu tahapan *Action*, yaitu audiens akan mengikuti dan bergabung kedalam komunitas, tahapan terakhir *Share*, yaitu audiens akan berpartisipasi membagikan pengalaman dan *program* didalamnya kepada publik. Setiap *video reels* menggunakan dukungan *Instagram Ads* sebagai alat untuk mempercepat menjaring lebih

banyak calon audiens yang bergabung dengan komunitas ilustrasi Corat-Coret. Untuk mencapai hasil tersebut, penulis melalui beberapa tahapan, termasuk mendapatkan persetujuan dari pihak admin, melakukan riset dan pengumpulan data terkait pembuatan konten *digital*, serta memanfaatkan *media* promosi pendukung hingga tahap finalisasi konten yang dihasilkan. Hal ini penting mengingat perkembangan industri, khususnya di bidang ilustrasi *digital*, berlangsung sangat cepat, sehingga perlu adanya penyesuaian dengan tren dan kebutuhan di setiap era yang mendatang.

6. REFERENSI

Adithia, S., & Jaya, M. P. P. (2021). Strategi Pemasaran Digital Produk Minuman Kopi di Masa Pandemi. *Journal of Research on Business and Tourism*, *1*(1), 37–46. https://doi.org/10.37535/104001120213

Augia, D., Gesya. (2017). Pengembangan Multimedia Pembelajaran Menggambar Ilustrasi Untuk Siswa Kelas VIII Di SMPN 2 Turi Sleman Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa,* 6(8), 1-216. https://eprints.uny.ac.id/51948/

Fadeli dkk. (2023). Proses Penataan Pesan *Digital Content* Pada Akun Sosial (*Facebook* dan *Instagram*) Klinik Kecantikan Lalita Sidoarjo Dalam Menjangkau Konsumen di Usia 25-40 Tahun. *INTELEKTUAL (E-Journal Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi)*, *10*(1). 60–73. https://doi.org/10.55499/intelektual.v10i1.1039

Lembang dkk. (2022). Teknik Ilustrasi *Digital Freehand* Dalam Pembuatan Buku Cerita Bergambar "*FRIENDS*" Untuk Anak Usia Dini. *Prosiding Seminar Nasional Tetamekraf,* 1(2), 45-51. *https://prosidingold.pnj.ac.id/index.php/TETRAMEKRAF/article/view/4593*

Nasir, dkk. (2023). Buku Ilustrasi *Digital* sebagai *Media* untuk Meningkatkan Kemampuan Numerasi Siswa dalam Bahasa Inggris. *Griya Journal of Mathematics Education and Application,* 3(2), 394-404.

Putri dkk. (2016). Perancangan Buku Komik Ludruk Berbasis Ilustrasi *Digital* Guna Mengenalkan Kembali Kesenian Tradisional kepada Remaja. *Garuda Garba Rujukan Digital*, 5(2). https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/928572

Rustaman, Haris, A. (2021). Perancangan Ilustrasi Digital *"New Normal New Habit"* Sebagai Informasi Edukasi Pencegahan Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informatika Dan Berhasil,* 2(1), 55-67. https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2289990

Sandy, K. Rizky. Dan Widaningsih, S. (2022). Analisis Konten *Marketing Media* Sosial *Instagram* Dalam Upaya Meningkatkan Efektivitas Pemasaran. *e-Proceeding of Applied Science,* 8(5), 422–431. https://www.telkom.co.id/

Simanjuntak, V., A. Dan Baharuddin. (2018). Meningkatkan Kemampuan Analisis Teks Eksplanasi Dengan *Media* Ilustrasi *Digital. Jurnal Komunitas Bahasa,* 6(2), 88-97. https://jurnal.una.ac.id/index.php/jkb/article/view/637

Rinanda, Feby. (2023). Pengaruh Konten *Media* Sosial *Instagram Sintia With Books* Terhadap Minat Baca Bagi *Followers*-nya. *Universitas Islam Negeri,* 34-55. http://repository.radenfatah.ac.id/id/eprint/32695

Suseno dkk. (2024). Ilustrasi Dengan Teknik *Digital* Tentang Permainan Tradisional Sebagai

Media Informasi Dan Nostalgia Antar Generasi. *Eduarts: Jurnal Pendidikan Seni*, 13(1), 47-54. *http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eduart*

Silviani, I., & Darus, P. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Teknik *Integrated Marketing Communication*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.

Durianto dkk. (2017). Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas Merek dan Perilaku Merek. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Meilyana, E. (2018). *Content Marketing. Binus University. Available at*: https://bbs.binus.ac.id/gbm/2018/08/13/content-marketing/, diakses tanggal 28 April 2024.

Binus *University*. (2023). Pengertian dan Jenis Teknik Ilustrasi Digital. Available at: binus.ac.id/malang/2023/07/pengertian-dan-jenis-teknik-ilustrasi-digital/, diakses tanggal 12 februari 2024.