

Perancangan Media Promosi Sanggar Seni Gadih Lareh Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awareness*

Fariski Ananda^{1*}, Izan Qomarats², Vicia Dwi Prakarti³

¹ Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Padangpanjang

² Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Padangpanjang

³ Televisi dan Film, Institut Seni Indonesia Padangpanjang

^{1*}fariski.ananda@email.com, ²izanqomarats1508@email.com, ³viciadb21@gmail.com

Abstrak

Globalisasi menjadi tantangan bagi pelestarian budaya di Kabupaten Dharmasraya Sumatera Barat, ditandai dengan menurunnya minat generasi muda terhadap seni tradisional. Sanggar seni memiliki peran krusial dalam melestarikan budaya lokal, namun seringkali terkendala oleh kurangnya media promosi yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk merancang media promosi Sanggar Seni Gadih Lareh sebagai upaya meningkatkan brand awareness di Nagari Kurnia Koto Salak untuk menarik minat masyarakat, khususnya masyarakat di Kabupaten Dharmasraya, terhadap seni pertunjukan tradisional Minangkabau. Metode penelitian menggunakan metode analisis SWOT dan AIDA. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik sanggar, observasi partisipan, dan penyebaran kuesioner online kepada masyarakat. Analisis data dilakukan secara interaktif meliputi pengumpulan data, penyajian data, penyajian karya, analisis karya, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa video promosi dan media pendukung (poster, spanduk, x-banner, name card, id card, lanyard, konten media sosial dan merchandise) yang dirancang dengan menonjolkan keunggulan sanggar dalam melestarikan seni dan ketersediaan jasa pertunjukan tradisional Minangkabau didalam sanggar, berhasil meningkatkan brand awareness Sanggar Seni Gadih Lareh. Hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya jumlah kunjungan peminat kesenian pertunjukan secara langsung juga melalui media sosial sanggar, bertambahnya minat jasa pertunjukan dari masyarakat, dan bergabungnya anggota baru kedalam sanggar. Perancang merekomendasikan penerapan strategi pemasaran digital yang berkelanjutan untuk mengoptimalkan media promosi yang telah dirancang dalam memperluas jangkauan pasar Sanggar Seni Gadih Lareh.

Kata Kunci: Perancangan Media Promosi, *Brand Awareness*, Sanggar Seni Gadih Lareh, Pelestarian Kesenian Budaya, Sumatera Barat

PENDAHULUAN

Kabupaten Dharmasraya, Sumatera Barat, merupakan wilayah yang kaya akan keberagaman budaya dengan nilai-nilai yang mencerminkan identitas masyarakat setempat. Namun, seiring dengan perkembangan zaman dan arus globalisasi, terjadi pergeseran pola hidup masyarakat yang cenderung lebih mengutamakan budaya modern. Fenomena ini menyebabkan berkurangnya minat terhadap seni tradisional dan menimbulkan ancaman terhadap pelestarian budaya lokal yang bernilai tinggi. Jika tidak ada upaya maksimal dalam melestarikannya, warisan budaya ini berisiko mengalami kepunahan.

Dalam menghadapi tantangan tersebut, sanggar seni sebagai lembaga nirlaba berperan penting dalam menjaga dan mengembangkan kebudayaan lokal. Sanggar seni tidak hanya menjadi tempat belajar dan berlatih, tetapi juga berfungsi sebagai wadah bagi masyarakat, khususnya generasi muda, untuk mengapresiasi serta melestarikan seni dan budaya daerah. Berbagai kegiatan seperti pelatihan tari tradisional, permainan alat musik daerah, serta pembelajaran bahasa dan lokal menjadi bagian dari upaya konkret dalam menjaga kelangsungan budaya. Selain itu, sanggar seni juga berperan sebagai sarana promosi kebudayaan melalui pertunjukan seni, festival budaya, serta berbagai acara lainnya yang dapat menarik perhatian baik di tingkat nasional maupun internasional.

Salah satu sanggar seni yang aktif dalam pelestarian budaya Minangkabau adalah Sanggar Seni Gadih Lareh, yang didirikan pada 25 Desember 2017 di Jorong Koto Indah, Kenagarian Koto Salak, Kecamatan Sungai Rumbai, Kabupaten Dharmasraya. Sanggar ini menawarkan berbagai pertunjukan seni daerah, seperti tari pasambahan, tari galombang, tari duadak tuo, tari mandodos, tari indang, dan tari batobo. Selain itu, sanggar ini juga memiliki berbagai alat musik tradisional, seperti tambur, tasa, saluang, bansi, indang, jimbe, katindik, canang, dan talempong, yang digunakan untuk memperkaya pertunjukan seni budaya. Tak hanya itu, Sanggar Seni Gadih Lareh juga menyediakan jasa penyewaan pakaian tradisional serta makeup wedding untuk mendukung kelestarian budaya lokal.

Berbagai prestasi telah diraih oleh Sanggar Seni Gadih Lareh, salah satunya adalah juara pertama dalam kompetisi tari kreasi daerah tingkat provinsi, yang kemudian membawa sanggar ini tampil di Jakarta dalam ajang bergengsi APKASI Otonomi Expo 2024. Selain itu, sanggar ini juga berpartisipasi dalam pementasan drama kolosal bertajuk "Dara Petak dan Dara Jingga" yang digelar di Kompleks Candi Pulau Sawah, Sumatera Barat, sebagai bagian dari Ekspedisi Sungai Batanghari

dalam Kenduri Swarnabhumi yang diselenggarakan oleh Direktorat Jenderal Kebudayaan Kemendikbud Ristek. Sanggar ini juga turut memeriahkan pembukaan Bupati CUP 2023 di Stadion Mauli Marwadewa, yang dihadiri langsung oleh Bupati Dharmasraya, Sutan Riska Tuanku Kerajaan.

Meskipun memiliki potensi besar dan segudang prestasi, Sanggar Seni Gadih Lareh masih menghadapi kendala dalam hal promosi dan publikasi. Minimnya dokumentasi kegiatan serta kurangnya pemanfaatan media sosial dan media cetak seperti poster, banner, dan spanduk menghambat upaya peningkatan brand awareness sanggar ini. Selama ini, promosi lebih banyak dilakukan melalui komunikasi dari mulut ke mulut, yang kurang efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan strategi promosi yang lebih inovatif dan terstruktur untuk meningkatkan eksposur serta daya tarik Sanggar Seni Gadih Lareh. Dengan memanfaatkan media promosi berbasis videografi serta berbagai media pendukung lainnya, sanggar ini dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas dan menarik lebih banyak minat terhadap seni dan budaya lokal. Oleh karena itu, penelitian ini mengangkat perancangan media promosi sebagai upaya untuk meningkatkan brand awareness Sanggar Seni Gadih Lareh, Author: title... sehingga perannya dalam melestarikan kebudayaan Minangkabau dapat terus berkelanjutan dan semakin berkembang di masa depan.

METODE

Tahapan Penelitian

Perancangan ini menggunakan metode analisis SWOT dan AIDA untuk merancang media promosi Sanggar Seni Gadih Lareh dalam mencapai brand awareness. Proses perancangan diawali dengan pengumpulan data primer dan sekunder yang dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu observasi, wawancara, kuesioner online, dan studi pustaka.

Metode Pengumpulan Data

a) Observasi

Observasi dilakukan untuk memahami kondisi aktual Sanggar Seni Gadih Lareh serta mengevaluasi kebutuhan promosi. Observasi dilakukan secara langsung dengan kunjungan ke lokasi dan secara online untuk memperoleh dokumentasi serta informasi relevan (1). Data yang dikumpulkan mencakup struktur organisasi sanggar, kegiatan rutin, serta kendala yang dihadapi dalam upaya promosi (2).

b) Wawancara

Wawancara dilakukan untuk menggali informasi mendalam dari pemilik sanggar dan anggota komunitas seni terkait sejarah, prestasi, serta kendala dalam promosi (3). Wawancara dilakukan secara langsung dan melalui Zoom Meeting, dengan daftar pertanyaan yang mencakup aspek manajerial, strategi promosi, serta harapan ke depan bagi pengembangan sanggar (4). Data yang diperoleh digunakan sebagai dasar dalam perancangan media promosi.

c) Kuesioner

Kuesioner disebar secara daring kepada responden yang terdiri dari calon pengguna jasa dan masyarakat yang memiliki ketertarikan terhadap seni budaya Minangkabau. Kuesioner berisi pertanyaan mengenai persepsi terhadap media promosi yang sudah ada, preferensi informasi, dan faktor yang mempengaruhi keputusan dalam menggunakan jasa sanggar (5).

d) Studi Pustaka

Penelitian ini juga menggunakan studi pustaka dengan menelaah buku, jurnal ilmiah, artikel, serta sumber daring yang relevan sebagai referensi dalam merancang media promosi (6). Studi ini bertujuan untuk memahami strategi komunikasi visual yang efektif dalam menarik perhatian audiens dan meningkatkan daya tarik promosi.

Metode Analisis Data

Untuk memastikan efektivitas perancangan media promosi, dilakukan analisis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan strategi promosi. Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT dan model AIDA.

a) Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam strategi promosi Sanggar Seni Gadih Lareh (7).

b) Analisis AIDA

Model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) digunakan untuk memastikan bahwa media promosi yang dirancang dapat menarik perhatian dan mendorong tindakan dari audiens (8).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Media Utama

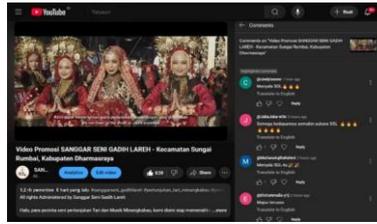
a) Audio Visual

Video promosi Sanggar Seni Gadih Lareh ini ditampilkan pada channel *youtube* sanggar seni gadih lareh, dan beberapa media sosial lainnya. Video ini berdurasi 03 menit 10 detik. Pada awal video menampilkan pemandangan alam di Kabupaten Dharmasraya sebagai gambaran menuju lokasi sanggar ini, lalu memperlihatkan gambaran dari lokasi sanggar pada mapping dan lokasi asli sanggar, memperlihatkan pemilik dan anggota sanggar

yang sedang berlatih, lalu poin penting dari perancangan video ini yaitu mempromosikan sanggar ini dengan menjelaskan kefokusannya dalam mempertahankan kesenian pertunjukan tari dan musik Minangkabau dengan tetap terus memperkenalkan melalui acara yang dimeriahkan oleh sanggar ini baik di tingkat kabupaten hingga nasional, menampilkan pertunjukan yang dimeriahkan oleh sanggar, prestasi yang didapat oleh sanggar ini, lalu menjelaskan paket pertunjukan yang disediakan oleh sanggar yang dijelaskan oleh narator, hingga mengajak para *audience* untuk dapat bergabung dan menggunakan jasa pertunjukan tari dan musik tradisional Minangkabau yang disediakan oleh sanggar seni gadih lareh ini, pada akhir video menampilkan motion logo dan informasi kontak sanggar, dengan tujuan dari perancangan ini agar target *audience* yang sudah ditentukan dapat tahu dan bisa menghubungi sanggar ini untuk kepentingan bisnis atau bergabung bersama sanggar seni gadih lareh.

Perancangan video ini sudah melalui proses *color grading* yang dominan ke warna cerah, lalu pengeditan visual pada video menggunakan proses *cut to cut* dan beberapa proses transisi *Fade to Black*, *Zoom in*, *Luma fade in*, *Cross Dissolve*, dan *Dip to Black*. Bertujuan agar *audience* tertarik menonton dan tidak merasa jenuh untuk menonton video ini sampai akhir. Isi dari video ini dijelaskan menggunakan *voice over* dengan bahasa Indonesia dan sudah dibuatkan *subtitle* dengan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, bertujuan agar memudahkan *audience* untuk mengerti isi dari video yang jelaskan, dengan tujuan lain agar memudahkan *audience* yang memiliki kebutuhan khusus seperti tuna rungu (tidak bisa mendengar) dan tuna netra (tidak bisa melihat) dapat menikmati hasil dari perancangan video ini melalui penjelasan narator dan visual yang indah, target lainnya juga dituju kepada *audience* dengan warga negara asing yang mencintai kesenian pertunjukan tari dan music tradisional Minangkabau juga bisa menikmati hasil karya yang dirancang ini. Perancang disini sangat memperhatikan target *audience* yang dituju demi tercapainya *brand awareness* pada sanggar seni gadih lareh. Dan untuk menyebarluaskan promosi pada sanggar ini perancang juga menciptakan beberapa media pendukung dan merchandise yang berguna untuk membantu meningkatkan *brand awareness* pada sanggar seni gadih lareh dengan target usia dan kepentingan *audience* yang sudah ditentukan, dengan upaya perancang dalam mencapai tujuan untuk meningkatkan *brand awareness* pada sanggar seni gadih lareh lebih luas lagi.

Dari hasil pencapaian yang didapat oleh perancang dalam menciptakan video promosi sanggar seni gadih lareh ini, sangat banyak mendapat respon positif dari masyarakat di Kabupaten Dharmasraya, dengan dukungan penuh dari pihak sanggar dan anggota sanggar dalam pencapaian perancangan ini, maka perancang merasa sangat puas dengan hasil yang didapat, yang mana pihak sanggar mengabarkan dari perancangan video promosi ini sangat membantu sanggar dalam mencapai *brand awareness*-nya dari penciptaan ini pihak sanggar mulai mendapat respon dari *audience* dan mulai banyak mendatangi pihak sanggar untuk bergabung dan mau menggunakan jasa pertunjukan sanggar seni gadih lareh baik dari lokasi di sekitar Kecamatan Sungai rumbai maupun luar Kabupaten Dharmasraya. Tujuan dari perancangan ini sudah tercapai dan mendapat respon positif dari target masyarakat yang dituju dan yang sudah ditentukan.



Gambar 1. Hasil video yang di upload ke YouTube



Gambar 2. Proses Latihan anggota baru pada Sanggar Seni Gadih Lareh

Setelah adanya media promosi untuk Sanggar Seni gadih lareh terdapat dampak positif yang dihasilkan dari media promosi tersebut. Sanggar Seni Gadih Lareh mengalami peningkatan jumlah job yang cukup *significant* seperti yang terlihat pada gambar berikut ini:



Gambar 3. Grafik peningkatan jumlah *job* Sanggar Seni Gadih Lareh

Dari gambar di atas terlihat jelas bahwa jumlah *job* dari Sanggar Seni Gadih Lareh mengalami peningkatan dari bulan Oktober – Desember 2024 sampai Januari 2025. Hal ini merupakan hasil positif dari adanya media promosi yang telah dirancang dalam meningkatkan *brand awareness*. Berikut ini merupakan karya pendukung yang digunakan sebagai sarana promosi untuk Sanggar Seni Gadih Lareh.

2. Bauran Media

a) Logo

Logo sangat penting bagi *brand* suatu tempat, usaha, ataupun Perusahaan. Identitas suatu tempat atau Perusahaan sangat mempengaruhi sebagai pengenalan dalam sebuah produknya, sarana promosi suatu tempat, usaha, atau perusahaan yang mudah diingat oleh *audience*. Dalam Perancangan logo sanggar seni gadih lareh tentunya sudah mewakili dari identitas sanggar dari visual logo yang diciptakan.



Gambar 4. Sketsa logo menggunakan pensil



Gambar 5. Logo Digital pada media dan identitas sanggar

b) Poster

Poster yang dirancang menghasilkan desain yang mencerminkan identitas dalam menggambarkan kegiatan pertunjukan sanggar seni gadih lareh. Poster ini digunakan untuk memperkenalkan sanggar, dalam menunjukkan aktivitas kegiatan seni pertunjukan, jasa yang disediakan sanggar, dan keterlibatan sanggar dengan masyarakat, serta memberikan informasi praktis seperti cara menghubungi sanggar. Dengan visual yang kuat, elemen yang dinamis, dan informasi yang jelas, poster ini diharapkan dapat menarik perhatian *audience*, meningkatkan kesadaran publik, dan mendorong partisipasi lebih lanjut dengan target masyarakat dan usia yang sudah ditentukan, dalam meningkatkan awareness pada sanggar seni ini.



Gambar 6. Desain digital dan mockup poster 1



Gambar 7. Desain digital dan mockup poster 2

c) Spanduk

Perancangan media spanduk sanggar seni gadih laleh, berfokus pada bagaimana spanduk dapat digunakan sebagai alat promosi luar ruang yang efektif untuk menarik perhatian masyarakat, serta menyampaikan pesan secara visual dan informatif. Spanduk memiliki ukuran yang besar dan dapat dipasang di tempat-tempat strategis, seperti di jalan utama, di tempat acara yang dimeriahkan sanggar, dan di lokasi sanggar ini, memberikan informasi mengenai keberadaan dan kegiatan sanggar, serta mendorong *audience* untuk berinteraksi lebih lanjut dengan sanggar. Spanduk ini menjadi media luar ruang yang kuat untuk memperkuat citra sanggar seni gadih laleh di mata publik.



Gambar 8. Desain digital dan mockup Spanduk

d) X-Banner

Perancangan media *x-banner* sanggar seni gadih laleh dapat difokuskan pada bagaimana desainnya yang efektif dapat menarik perhatian *audience* di lokasi-lokasi tertentu, seperti di dalam acara, tempat umum, atau ruang pameran. *X-Banner* adalah media promosi yang praktis dan fleksibel, memiliki ukuran yang lebih kecil dibandingkan dengan spanduk, namun tetap mampu menarik perhatian dengan desain yang sudah diciptakan oleh perancang, serta membantu meningkatkan kesadaran publik dan partisipasi masyarakat dengan kegiatan yang diadakan oleh sanggar dalam meningkatkan *brand awareness* pada sanggar seni gadih laleh.



Gambar 9. Desain digital dan mockup X-Banner

e) Name Card

Perancangan name card atau kartu nama sanggar seni gadih laleh memfokuskan pada desain kartu nama yang fungsional, informatif, dan mampu menggambarkan identitas sanggar secara profesional. *Name card* adalah alat yang efektif untuk memberikan informasi penting secara langsung kepada orang yang mungkin tertarik atau membutuhkan informasi lebih lanjut mengenai sanggar. Dengan desain yang sudah dirancang, kartu nama ini menjadi alat yang kuat dalam memperluas jaringan, membangun citra positif, dan menumbuhkan minat pada kegiatan seni yang dilaksanakan oleh sanggar seni gadih laleh.



Gambar 10. Desain digital dan mockup Name Card

f) ID Card

Perancangan media *ID Card* atau kartu identitas sanggar seni gadih lareh tidak hanya berfungsi untuk mengidentifikasi individu, tetapi juga memperkuat brand *identity* sanggar serta menciptakan kesan profesional bagi para anggota atau partisipan yang terlibat. Kartu identitas ini penting dalam berbagai situasi, baik untuk anggota sanggar, pengunjung acara, maupun pihak yang terlibat dalam kegiatan atau *event* yang diselenggarakan oleh sanggar. Dengan desain yang sudah disesuaikan, informasi yang jelas, serta elemen visual yang mencerminkan budaya tanpa meninggalkan unsur seni budaya, perancangan ID card ini dapat membantu memperkuat citra profesionalisme sanggar di mata pengunjung atau anggota. Ketahanan, kepraktisan, serta *branding* yang mana *ID card* ini menjadi alat yang efektif dalam memperkenalkan dan mempromosikan sanggar seni gadih lareh.



Gambar 11. Desain digital dan mockup Id Card



Gambar 12. Desain digital dan mockup Lanyard

a) Merchandise

Merchandise seperti stiker, gantungan kunci, dan kaos dapat membantu memperkenalkan identitas visual sanggar kepada lebih banyak orang dalam meningkatkan *brand awareness*nya. Karena item ini digunakan di berbagai tempat, mereka dapat memperkenalkan sanggar kepada orang-orang yang belum mengenalnya. Maka sanggar dapat dikenal publik dengan cara yang menyenangkan dan praktis. Perancangan merchandise ini dapat mendukung citra positif dan memperkenalkan sanggar lebih luas, menciptakan hubungan yang lebih erat antara sanggar dan masyarakat.



Gambar 13. Desain Kaos



Gambar 14. Desain Gantungan Kunci



Gambar 15. Desain Stiker

g) Media Sosial Instagram

Pada perancangan media sosial Instagram sanggar seni gadih lareh berfokus pada bagaimana platform ini dapat digunakan untuk membangun identitas sanggar. Platform visual ini sangat efektif untuk memperkenalkan budaya, seni, dan kegiatan kreatif. Dengan pemanfaatan Instagram yang tepat, sanggar dapat memperluas jangkauannya, membangun *audience* yang lebih besar, dan memperkenalkan karya karya seni pertunjukan sanggar ini lebih luas lagi.



Gambar 16. Postingan Sosial Media

KESIMPULAN

Perancangan media promosi dengan media utama video promosi untuk sanggar seni gadih lareh berhasil mencapai tujuannya dengan baik, yaitu meningkatkan *brand awareness* dan memperkenalkan sanggar ini kepada

audience yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun nasional. Video promosi yang telah dirancang dengan visual yang menarik, transisi yang dinamis, dan penggunaan narasi yang jelas dalam bahasa Indonesia dengan *subtitle* bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, telah memudahkan *audience* untuk memahami pesan yang disampaikan, termasuk mereka yang memiliki kebutuhan khusus. Ditambah dengan penggunaan media sosial seperti Youtube dan Instagram, serta media pendukung seperti poster, spanduk, name card, ID card, lanyard, dan merchandise yang mana strategi promosi ini berhasil menciptakan keterlibatan yang lebih besar dari masyarakat.

Dari hasil tersebut, respons positif yang diterima oleh sanggar, seperti bertambahnya jumlah anggota baru dan meningkatnya permintaan terhadap jasa pertunjukan, menunjukkan bahwa tujuan untuk memperkenalkan sanggar seni gadih lareh telah tercapai dengan sukses. Media seperti video promosi, media pendukung dan merchandise membantu memperkenalkan identitas visual sanggar secara lebih luas, sehingga citra profesional sanggar semakin kuat. Selain itu, dukungan dari pihak sanggar dan anggota sangat membantu dalam mencapai keberhasilan ini.

Secara keseluruhan, perancangan yang dilakukan telah memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan *brand awareness* sanggar seni ini, mengundang perhatian masyarakat dari berbagai kalangan, dan memperkenalkan seni tradisional Minangkabau secara lebih luas. Perancang merasa puas dengan hasil yang dicapai, karena sanggar seni gadih lareh kini semakin dikenal dan mendapat respon positif dari *audience* yang lebih besar, baik di tingkat kabupaten maupun luar daerah, dengan ini pencapaian *brand awareness* sudah didapat oleh sanggar seni gadih lareh.

Penulis berharap kepada Sanggar Seni Gadih Lareh yang memiliki potensi besar untuk terus berkembang dalam dunia seni pertunjukan tari dan musik tradisional minangkabau untuk selalu mempertahankan nilai budaya, dan memperkenalkannya baik secara lokal maupun internasional. Dengan melibatkan lebih banyak pihak, memperluas jaringan, dan memanfaatkan teknologi digital, sanggar ini dapat terus menciptakan karya yang inovatif dan melestarikan seni tradisional yang kaya akan nilai budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta; 2024. 1–334 p.
- Sahputra A, Suksesiwyaty Lubis D. Perancangan dan Pembuatan Iklan Video sebagai Media Promosi pada Usaha Qorigins Betta. J Minfo Polgan. 2023;12(1):988–96.
- Aprila D, Andriani W, Ananto RP. Financial Management of Nagari Owned Enterprises (BUMNAG) and Its Impact on Community Welfare. J Akunt Bisnis [Internet]. 2023;16(2):210–25. Available from: <https://journal.ubm.ac.id/index.php/akuntansi-bisnis/article/view/4461>
- Yuda R, Sucipto FD, Ghifari M. Perancangan Maskot Isbi Aceh Sebagai Upaya Penguatan Brand Awareness. Gorga J Seni Rupa. 2022;11(1):36.
- Syahza A. Metodologi Penelitian (Edisi Revisi Tahun 2021). Pekanbaru: Pekanbaru: Unri Press; 2021. 221 p.
- Assyakurrohim D, Ikhrum D, Sirodj RA, Afgani MW. Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. J Pendidik Sains dan Komput. 2022;3(01):1–9.
- Saparso. The Marketing Process. 1st ed. Wurdianto, editor. Navigating Commerce in Latin America. Jakarta: Ukrida Press; 2021. 490 p.

Alwan F, Catya K. Perancangan Visual Storytelling Media Sosial Sebagai Upaya Peningkatan Brand Awareness di Mojadiapp. J Barik [Internet]. 2023;5(1):168–82. Available from: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>

Ramadhani U, Purnomo D, Pujiyanto T. Strategi Promosi dalam Meningkatkan Brand Awareness Melalui Media Sosial Instagram pada Startup Trafeeka Coffee. JEPA [Internet]. 2021;5(2):377–89. Available from: jepa.ub.ac.id