

## REFERENCES

- Agusti, D., & Rahmah, E. (2019). Pembuatan Booklet Mitigasi Bencana Gempa Bumi dan Tsunami sebagai Media Informasi bagi Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan*, 8(1), 113 – 124. <https://doi.org/10.24036/107331-0934>
- Amaliah, N., Fianto, A.Y.A., & Yosep, S., P. (2015). Perancangan Media Promosi PT Petronika sebagai Upaya Pembentukan Citra Perusahaan. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 4(1). <https://media.neliti.com/media/publications/244687-perancangan-media-promosi-pt-petronika-s-1-bac1544.pdf>
- Cresswell, J. W. (2012). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research, 6th Edition* (4th ed.).
- Diri, U. N & Marlina. (2019). Pembuatan Booklet sebagai Media Informasi Bibliocrime di Perpustakaan Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan*, 8(1), 431-436. <https://doi.org/10.24036/107357-0934>
- Garaika, G., & Garaika, G. (2020). The Classification of Promotion Media of a College to Improve the Management of Promotion for a Private College in The East Ogan Komering Ulu District. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 11(1), 60-65. <https://doi.org/10.56327/jurnaltam.v11i1.904>
- Heriyanti, R. (2013). Bahasa Inggris dalam Iklan Busana Muslimah pada Majalah Aulia. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 7(2). <https://doi.org/10.24090/komunika.v7i2.378>
- Hokenson, J. W. & Munson, M. (2006). *The Bilingual Text: History and Theory of Literary Self-Translation*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315759838>
- Iskandar, E. (2021). Peran Ekonomi Kreatif dalam Perspektif Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Iqtishaduna: Economic Doctrine*, 4(2), 627 – 636. <https://e-journal.iai-al-azhaar.ac.id/index.php/iqtishaduna/index>
- Munaf, T. (2019). *Infografis Sebaran Ekonomi Kreatif*. Direktorat Riset dan Pengembangan Ekraf. <https://docplayer.info/162869611-Infografis-sebaran-pelaku-ekonomi-kreatif.html>
- Putra, G. L. A. K., & Yasa, G. P. P. A. (2019). Komik sebagai Sarana Komunikasi Promosi dalam Media Sosial. *Jurnal Nawala Visual*, 1(1), 1-8. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v1i1.1>

- Rahmatih, A. N., Yuniastuti, A., & Susanti, R. (2018). Pengembangan Booklet Berdasarkan Kajian Potensi dan Masalah Lokal sebagai Suplemen Bahan Ajar SMK Pertanian. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Biologi dan Saintek* III, 474–481. <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/bitstream/handle/11617/10537/p.%20474-481%20Fullpaper-AISA%20NIKMAH%20R.pdf?sequence=1>
- Saksono, H. (2012). Ekonomi Kreatif: Talenta Baru Pemicu Daya Saing Daerah. *Jurnal Bina Praja: Journal of Home Affairs Governance*, 4(2), 93-104. <https://doi.org/10.21787/jbp.04.2012.93-104>
- Wahyuningsih, S., & Satriani, D. (2019). Pendekatan Ekonomi Kreatif Terhadap Pertumbuhan Ekonomi. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 195-205. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.172>
- Widagdo, H. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer pada PT. XYZ Palembang. *Jurnal Ilmiah STIE MDP*, 1(1), 1–10. <https://core.ac.uk/download/pdf/35318015.pdf>