

Perancangan Konten Digital Komunitas Ilustrasi Corat-Coret sebagai Media Promosi

Idham Malik¹, Galih Putra Mandala², Yuni A. Solihah³
Universitas Catur Insan Cendekia Cirebon¹²³

Abstract

In the era of technological advancement, the usage of digital content as an advertising tool is becoming more significant. The combination of digital content and digital illustration plays a very important role, especially in the visual communication aspect in the current era. This research is aimed at producing digital content in the form of reels videos containing educational materials about digital illustration, with the aim of promoting the Corat-Coret illustration community. Therefore, a more effective and efficient approach is needed. This research utilized the Integrated Marketing Communication (IMC) approach which was chosen to ensure that the targeting and alignment between advertising elements can be achieved, so that the message delivered is more consistent and effective. The main focus of this research is making reels videos content on instagram that explores education about digital illustration, which is adjusted to the current market needs of the creative industries, as well as making merchandise as supporting media for the research.

Keyword: IMC, digital content, digital illustration, attraction, marketing.

Artikel History:

Dikirim: 29 Desember 2024

Revisi : 13 September 2025

Diterima: 21 November 2025



Abstrak

Era perkembangan teknologi berdampak pada adanya kebutuhan antara kombinasi konten *digital* dan ilustrasi *digital* dalam sarana periklanan. Perancangan ini bertujuan untuk menghasilkan konten *digital* dalam bentuk *video reels* yang berisikan materi edukasi tentang ilustrasi *digital*, dengan tujuan mempromosikan komunitas ilustrasi Corat-Coret. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Integrated Marketing Communication (IMC)* yang dipilih untuk memastikan bahwa penargetan dan keselarasan antar elemen periklanan dapat tercapai, sehingga pesan yang disampaikan lebih konsisten dan efektif. Fokus utama dari penelitian ini adalah pembuatan konten *video reels* di *instagram* yang membahas edukasi tentang ilustrasi *digital*, yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar industri kreatif saat ini, serta pembuatan *merchandise* sebagai media pendukung penelitian. Perancangan tiga konten *digital* bermanfaat sebagai media promosi yang informatif dan sesuai dengan kebutuhan audiens.

Kata Kunci: IMC, konten *digital*, ilustrasi *digital*, daya tarik, pemasaran

Corresponding author.

Alamat E-mail:

idham.malik.dkv.20@cic.ac.id

This is an open-access article under the CC-BY-SA license



10.33153/citrawira.v6i2.6342



<http://jurnal.isi-ska.ac.id/index.php/citrawira>



citrawira@isi-ska.ac.id

PENDAHULUAN

Ilustrasi merupakan seni atau proses penciptaan gambar, representasi visual yang bertujuan untuk mendukung, menjelaskan, atau memperjelas konsep, ide, cerita, atau informasi. Ilustrasi hadir dalam berbagai bentuk, seperti gambar, sketsa, lukisan, komik, atau grafik *digital*. Fungsinya adalah untuk menyampaikan pesan atau memvisualisasikan konsep dengan cara yang menarik dan mudah dipahami (Anjal Bimo Suseno et al., 2024). Menurut Adithia & Jaya (2021), 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 (Aditya et al., 2021). 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*.

Ilustrasi *digital* juga telah menjadi fenomena yang semakin populer dalam beberapa tahun terakhir, tidak hanya sebagai kegemaran atau kegiatan kreatif, tetapi juga sebagai industri yang berkembang pesat (Adithia & Jaya, 2021b). Hal ini memungkinkan para seniman untuk menciptakan berbagai gaya karya seni baru, seperti ilustrasi *freehand*, *realis*, *semi-realist*, *chibi* dan *flat*. Media social menjadi *platform* penting untuk memamerkan hingga memasarkan ilustrasi *digital* (Ayub & Sulaeman, 2022). Dalam era *digital* yang terus berkembang, konten *digital* dapat memberikan berbagai manfaat dalam meningkatkan efisiensi dan partisipasi dalam menjangkau minat remaja untuk mempelajari ilustrasi *digital* hingga pasarnya (Sandi & Widaningsih, 2022). Adapun pesan makna yang disampaikan dalam sebuah ilustrasi menjadi penting untuk memastikan tujuan tersampaikan kepada audiens (Laksani & Pandanwangi, 2023).

Berdasarkan wawancara dengan pihak komunitas ilustrasi Corat-Coret, perancangan konten *digital* yang akan dilakukan akan terfokus pada *platform instagram* karena akan lebih efisien dan lebih mudah untuk dijangkau, dengan melewati konten yang persuasif, edukatif serta informatif di *instagram* (melalui *reels*) maka kegiatan konten lainnya akan lebih terjadwal melalui kedua *platform* tersebut termasuk materi tentang ilustrasi *digital*. Komunitas ini memiliki potensi yang cukup besar yang tidak hanya mendapat relasi saja, namun bisa mendapat pekerjaan yang nyata dari *program* materi

konten ilustrasi dalam dunia industrinya maupun anggota lain jika ada yang membagikan informasi pekerjaan pada *platform discord* dan grup khusus di *WhatsApp* sehingga dapat membantu membukakan peluang yang terpercaya bagi *illustrator* kecil lainnya yang ingin mencoba terjun ke dunia karir yang lebih nyata. Menurut (Malik et al., 2024) 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 strategi untuk meningkatkan kesadarannya untuk ditunjukkan kepada calon audiens yang lebih luas (Putri et al., 2016). Metode penelitian yang digunakan adalah metode *Integrated Marketing Communication*. *Integrated Marketing Communication* merupakan suatu metode tentang bagaimana suatu bisnis bisa disampaikan dengan pesan yang sama pada seluruh *media* pemasaran secara terpadu (Ma & Anwar, 2024).

Metode tersebut dianggap sebagai konsep yang tepat bagi suatu merek untuk berkomunikasi dan memperkenalkan produknya terhadap audiens. Meliputi konten *video reels* di *media* sosial dan *media* cetak berdasarkan metode pendekatan SWOT untuk mengetahui kelebihan, kekurangan, peluang, dan ancaman bagi komunitas tersebut. Hal tersebut dibutuhkan sebagai *media* komunikasi antara komunitas ilustrasi Corat-Coret dengan audiens dalam memperkenalkan profil dan kegiatan didalamnya serta juga untuk meningkatkan *insight* dari komunitas ilustrasi Corat-Coret itu sendiri agar dapat terus mampu bersaing dengan komunitas ilustrasi lainnya.

PEMBAHASAN

Dalam perancangan ini, berdasarkan hasil wawancara dan kuesioner, dapat disimpulkan bahwa pihak komunitas ilustrasi Corat-Coret membutuhkan media yang bisa memperluas jangkauan *awareness* yang cukup efektif tidak hanya sekedar membagikan hasil karya-karya ilustrasi dari para anggotanya saja melainkan konten *video reels*, selain untuk meningkatkan kesadaran (*awareness*). Metode perancangan diterapkan menggunakan metode *Integrated Marketing Communication* (IMC) yang disusun oleh Silviani dan Darus (2021). Dalam metode IMC terdapat model pemasaran yang memaparkan mengenai alur interaksi yang terjadi antara produk atau jasa yang kita tawarkan dengan konsumen yang disebut dengan pendekatan model SWOT. SWOT merupakan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengolah data yang telah didapat. Metode ini memiliki 4 poin yang dapat digunakan untuk menggali

informasi lebih dalam terhadap komunitas ilustrasi Corat-Coret, yaitu kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*).

Konten *video reels* ini bertujuan untuk memperkenalkan *key message* yang dimiliki oleh komunitas ilustrasi Corat-Coret dengan memanfaatkan *instagram ads*. 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. Setiap *video reels* akan mempunyai materi yang berbeda yang menggiring para penonton agar mengetahui bahwa ada komunitas ilustrasi yang cukup menarik sekaligus untuk mengajak mereka bergabung. Tabel 1 berikut adalah tabel dari judul tiga *video reels* beserta penjelasannya:

Tabel 1. Judul Konten *Video Reels*

Kenalan Yuk Sama Komunitas Corat-Coret!	Dalam <i>video</i> pertama bertujuan tentang bagaimana cara memperkenalkan komunitas ilustrasi Corat-Coret kepada audiens yang belum mengetahui bahwa ada komunitas ilustrasi yang menarik.
Belajar Pose Dinamis Karakter	Berfokus untuk para <i>artist</i> kecil yang masih kaku dalam menggambar pose karakter, sehingga mereka belum memahami dalam eksekusinya. Maka dalam <i>video</i> kedua akan membantu setiap tahap-tahapnya secara singkat namun jelas.
Bikin Portofolio Lebih Menarik!	Banyak sekali <i>artist</i> di Indonesia yang ingin mengejar industri tujuannya namun portofolio mereka masih kurang sesuai. Maka akan dibantu untuk menggiring mereka untuk menyusun dan menargetkan ke industri yang sesuai dengan tema masing-masing.

Dalam penelitian ini, perancangan media utama konten *video reels* dilakukan dengan tiga tahapan yaitu :

Pra Produksi

1. Storyline

Naskah yang dirancang untuk tiga konten *video reels* pada penelitian ini telah dirancang sesuai kebutuhan hasil dari wawancara dengan pihak admin serta survei dari berbagai sumber terhadap materi konten yang sedang marak diminati oleh audiens khususnya kepada para *illustrator*. Bahasa yang digunakan merupakan bahasa yang informal menyesuaikan dengan audiens agar lebih menarik. Berikut penjabaran dari reels 1-4

Tabel 2. *Reels 1 (Sharing)*

REELS 1 (Sharing). Bertujuan untuk memperkenalkan komunitas ilustrasi Corat-Coret beserta kegiatan didalamnya kepada audiens.
Kenalan Yuk Sama Komunitas Corat-Coret!
Scene 1: Pembuka "Hai sobat-sobat! Tau ga sih sama komunitas ilustrasi yang keren ini??" "Kenalin, Corat-Coret merupakan komunitas ilustrasi berbasis online yang dimana didalamnya kamu bisa temuin banyak sekali para artist yang udah pasti keren-keren banget loh dan udah pasti komunitas ini tuh GRATIS!!"
Scene 2: Kegiatan Didalamnya "Apa yang bakal kamu dapet : Temen baru yang luar biasa dan keren. Challenge-challenge yang udah pasti menantang adrenalin kamu dalam meningkatkan kualitas menggambar. Tips and tricks gambar dan ilustrasi serta pasarnya. Ada Live Drawing juga. Dan Merchandise yang keren-keren pastinya."
Scene 3: Penutup "Nah, nah itu dia penjelasan singkat tentang Corat-Coret. Tertarik bergabung? yuk langsung aja hubungi admin yaahhh atau kamu bisa kunjungi instagram Corat-Coret yaa."

Tabel 3. *Reels 2 (Challenge)*

REELS 2 (Challenge). Berisi tentang materi belajar menggambar pose karakter agar tidak terlihat kaku namun lebih dinamis.
Belajar Pose Dinamis Karakter
Scene 1: Pembuka "Kamu masih kaku menggambar pose karakter? Tapi pengen hasil yang lebih dinamis dan keren?" "Ini caraku!"
Scene 2: Penyampaian Cara "Pertama, cobalah cari referensi pose yang dinamis, terus kamu bisa langsung buat <i>line of action</i> dan gesturnya atau bisa juga <i>tracing</i> , supaya kamu tau bentuk tubuh dan pose karakter yang diinginkan." "Kalau sudah keliatan jelas <i>flow</i> nya, bisa tambahkan proporsi dan <i>volume</i> lebih dalam. kemudian kamu bisa tambahkan anatominya." "Terakhir pemahaman ini kamu bisa terapkan ke detail lainnya seperti aksesoris, pakaian, rambut, atau pencahayaan."
Scene 3: Penutup "Kalau kamu mau belajar lebih lanjut, bisa gabung komunitas Corat-Coret dan ikuti kegiatan <i>live drawing Corquis</i> . dengan tema yang variatif mulai dari anatomi, chibi, sampai makanan dan nantikan tema lainnya yaa."

Tabel 4. *Reels 3 (Educate)*

REELS 3 (Educate). Edukasi tentang portofolio yang menarik dalam bidang ilustrasi dan mengarahkannya kepada industri kreatif di era sekarang.
Bikin Portofolio Lebih Menarik!
Scene 1: Pembuka “Halo, Sobat CC!” “Denger2 Katanya masih banyak <i>illustrator</i> yang bingung menyusun portofolio buat diterapin ke industri yang mau dicapai.”
Scene 2: Penyampaian Cara “Yang harus kamu perhatikan adalah pertama kamu harus punya tema dan target industri yang mau dituju.” “Contohnya kalau minat kamu menjadi <i>concept</i> atau <i>visdev artist</i> , selain hanya membuat desain karakter, maka kamu perlu membuat modifikasi dari berbagai ide-ide yang kamu tuangkan, tujuannya agar memiliki gambaran yang kuat atas ide yang kamu berikan” “Kalau mau jadi <i>comic book artist</i> , maka kamu perlu membuat alur cerita dan <i>storyboard</i> yang menarik dan unik.” “Atau mau ke industri buku cerita anak, kamu tentuin ceritanya seperti apa dan <i>style</i> yang sesuai.”
Scene 3: Penyampaian Cara “Nah, selain itu, kamu perlu pengaplikasian dari karya kamu sesuai dengan tema industri yang mau dituju. Seperti <i>mockup</i> , <i>template</i> atau <i>format website</i> .” “Tujuannya agar para klien yang lihat gak bingung sama gambarmu ini bisa dipakai buat apa aja.” “Terakhir, buatlah karyamu dan pengaplikasiannya semenarik mungkin agar punya ciri khas sendiri supaya lebih mudah diingat dan klien bisa melirik portomu lebih cepat.”
Scene 4: Penutup “Kalau kamu mau belajar lebih lanjut, bisa gabung komunitas Corat-Coret dan ikuti kegiatan <i>live drawing</i> Corquis.” “Dengan tema yang variatif dari anatomi, pakaian, <i>background</i> sampai makanan dan nantikan tema lainnya yaa.”

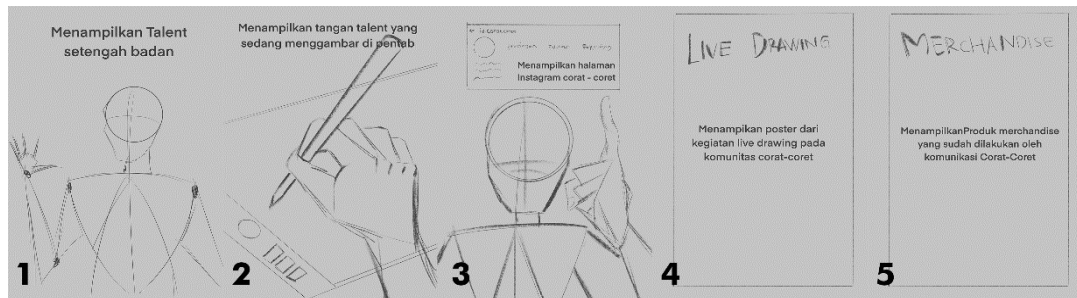
2. Storyboard

Tahap *storyboard* ini dibutuhkan untuk mendapatkan gambaran atas hasil yang akan dirancang, setiap adegan memiliki sudut pandang kamera yang berbeda untuk menciptakan kesan yang lebih dinamis namun tetap membawakan pesan yang cukup konsisten.

a. Sketsa Storyboard Video Reels 1

Pada sketsa *storyboard video reels* pertama menunjukkan konsep bagaimana gambaran hasil *video* nya nanti agar bisa menyampaikan pesan untuk mempromosikan komunitas ilustrasi Corat-Coret tersebut. Berikut adalah sketsa

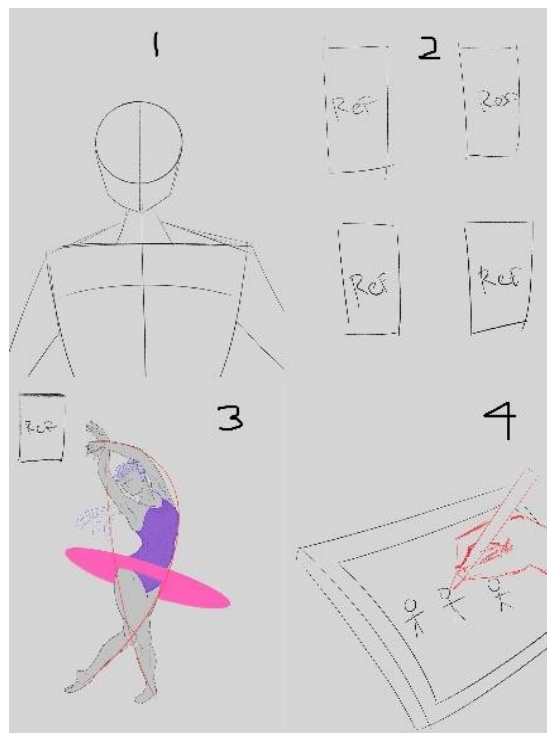
storyboard untuk *reels* pertama pada Gambar 1.



Gambar 1. *Storyboard Video Reels 1*

b. Sketsa Storyboard Video Reels 2

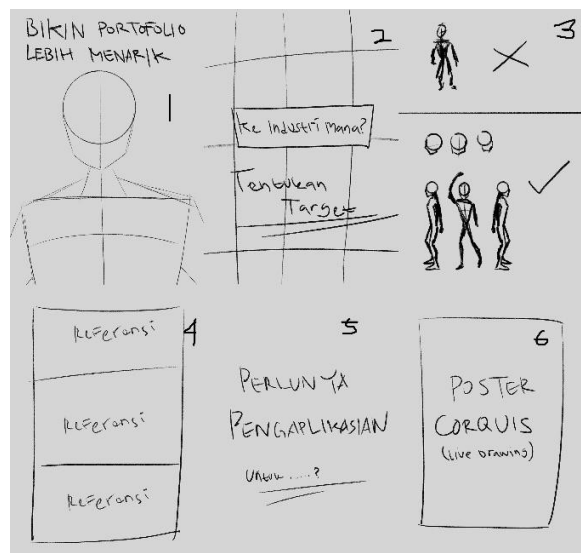
Pada sketsa storyboard video reels kedua menunjukkan konsep bagaimana cara agar bisa menyampaikan pesan untuk memberikan proses setiap tahapan dalam membuat pose yang dinamis pada suatu karakter, dengan tetap menampilkan talent sebagai pemandunya. Berikut adalah sketsa storyboard untuk reels kedua pada Gambar 2.



Gambar 2. *Storyboard Video Reels 2*

c. Sketsa *Storyboard Video Reels 3*

Pada sketsa storyboard video reels ketiga menunjukkan konsep bagaimana cara agar bisa menyampaikan pesan untuk memberi edukasi terhadap cara menggiring untuk membuat portfolio dengan benar pada industri kreatif khususnya bagi ilustrator di indonesia, dengan tetap menampilkan talent sebagai pemandunya. Berikut adalah sketsa storyboard untuk reels ketiga pada Gambar 3



Gambar 3. *Storyboard Video Reels 3.*

Produksi

Pada penelitian ini, tahapan produksi dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Proses syuting membutuhkan *talent* sebagai subjek yang berbicara didepan kamera untuk membawakan materinya. Maka penelitian ini hanya membutuhkan dua orang *talent* saja. *Talent* yang telah membantu untuk kebutuhan konten *video reels*, diantaranya Afifah Amaliah Wardah (*Reels* minggu pertama), Ridwan Abdul Malik (*Reels* minggu kedua), dan Ridwan Abdul Malik (*Reels* minggu ketiga).

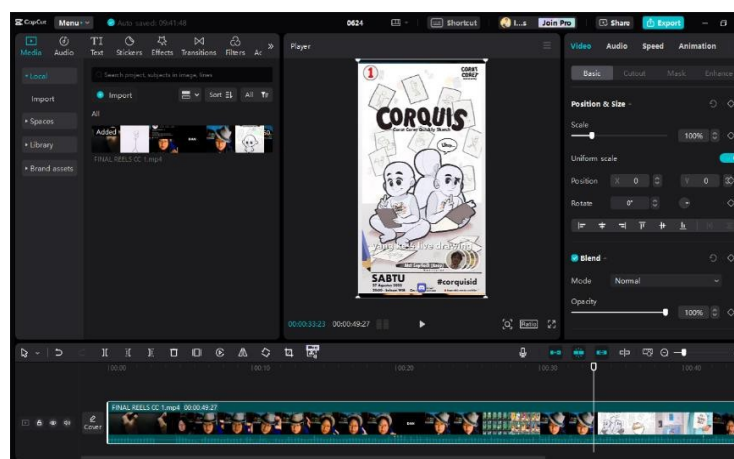
Skenario yang ingin disampaikan di setiap *video reels* yaitu dengan cara yang langsung kepada pembahasan intinya (*to the point*). Dengan suasana yang terkesan lebih *casual* maupun serius. Pada saat pelaksanaan syuting, skenario yang diarahkan yaitu setiap *talent* menghadap ke kamera dengan hanya memperlihatkan setengah badan saja dan tidak perlu terlalu kompleks dari segi aktingnya karena adegan akan memiliki sudut pandang berupa tampilan aplikasi saat adegan menggambar.

Pasca Produksi

Pada tahap pasca produksi ini adalah mencari referensi gaya *video* kemudian melanjutkan ke tahap proses *editing* hasil dari syuting menggunakan *software capcut*, memilih musik, dan membuat *caption*. Lalu setelah itu mempublikasikannya di *platform instagram* dan setiap hasil *video reels* yang sudah di publikasi akan menggunakan *instagram ads* dengan segmentasi yang sudah ditentukan untuk membantu algoritma menjadi semakin mudah dijangkau kepada audiens lain dengan tujuan untuk mempercepat menaikkan *insight* dari profil komunitas ilustrasi Corat-Coret. Berikut dokumentasi produksinya :

a. Proses Editing Video Reels

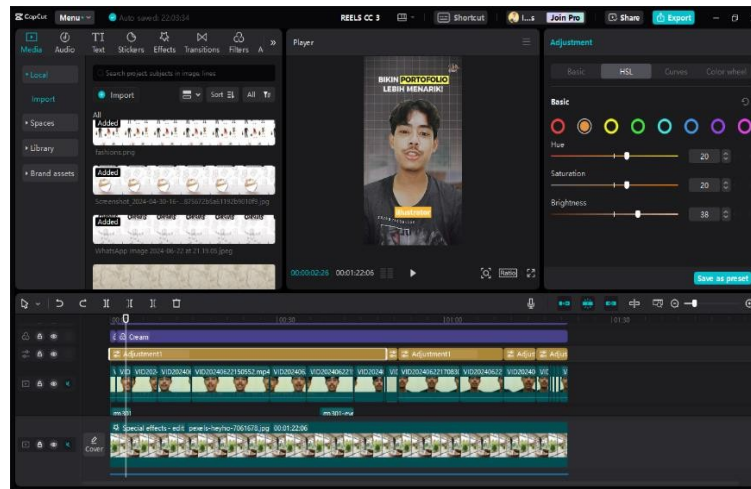
Pada proses editing ini terlebih dahulu perlu untuk mengumpulkan semua material atau aset-aset yang dibutuhkan untuk dimasukkan pada video nya, kemudian memulai proses editing pada *software capcut* dengan visual yang sesuai dengan storyboard yang sudah dibuat sebelumnya, serta pemilihan musik yang lebih sesuai dengan suasana pembawaan video nya.



Gambar 4. Proses Editing Video Reels 1



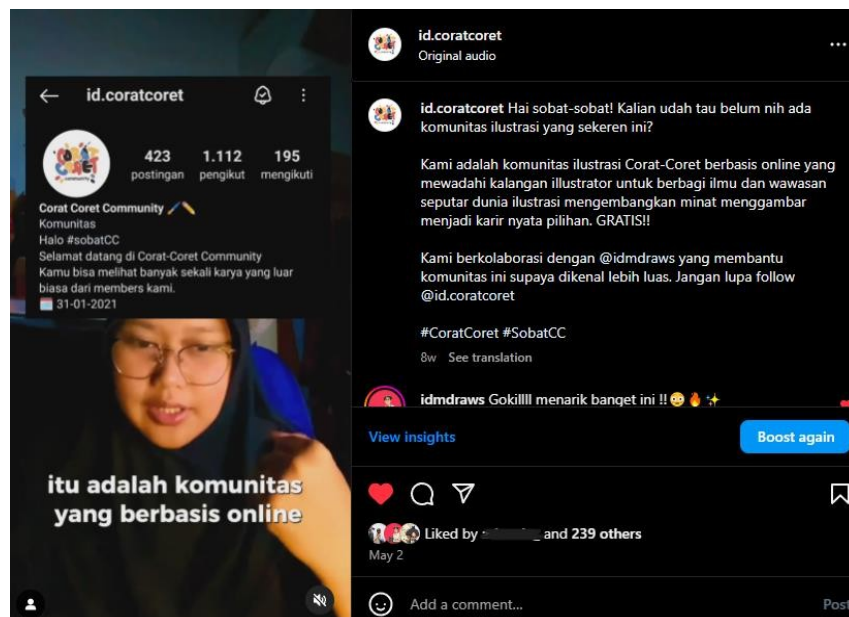
Gambar 5. Proses *Editing Video Reels 2*



Gambar 6. Proses *Editing Video Reels 3*

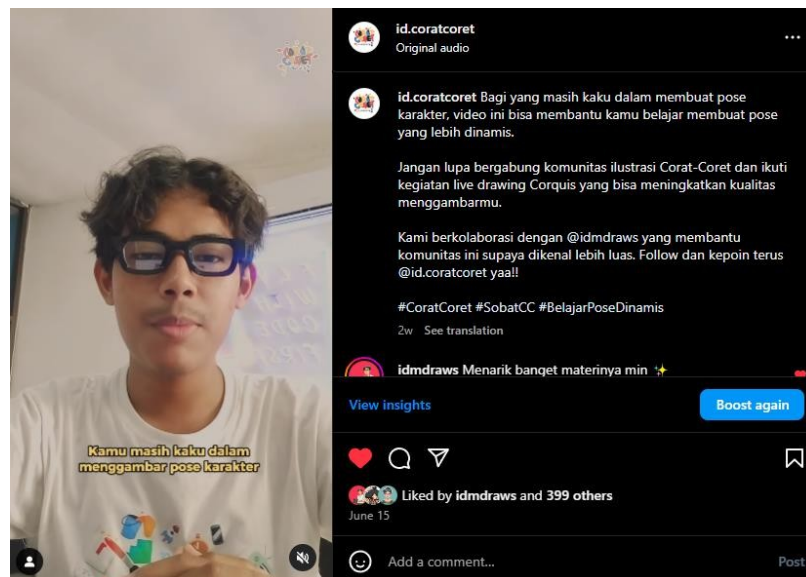
Hasil Publikasi

Hasil dari setiap *video reels* dipublikasikan pada *platform instagram*. Berikut hasil publikasi dari tiga *video reels* di *instagram* :



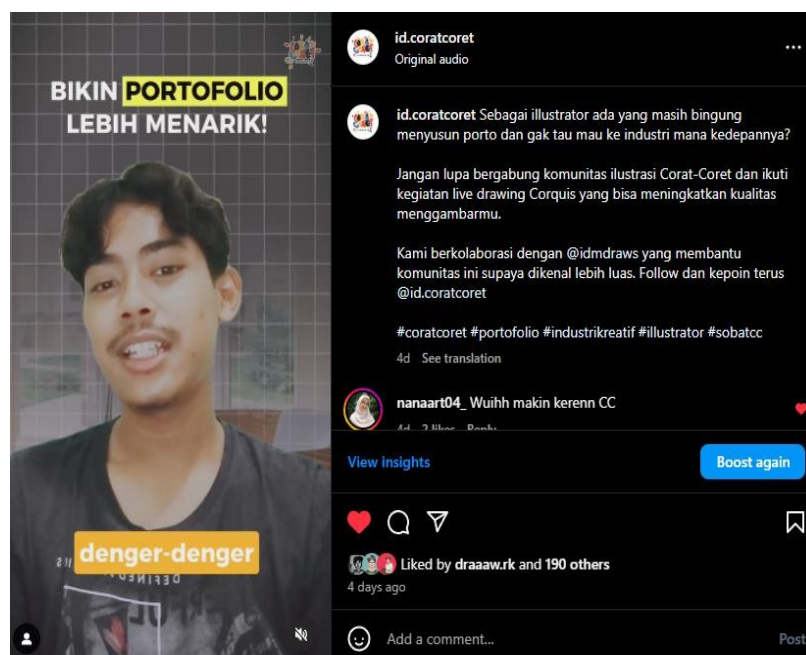
Gambar 7. Publikasi *Video Reels 1*

Sumber: [instagram.com/reel/C6dfPPgx-QH/](https://www.instagram.com/reel/C6dfPPgx-QH/) (Diakses pada tanggal 2 Mei 2024)



Gambar 8. Publikasi Video Reels 2

Sumber: [instagram.com/reel/C8PF5PaSuC4/](https://www.instagram.com/reel/C8PF5PaSuC4/) (Diakses pada tanggal 15 Juni 2024)

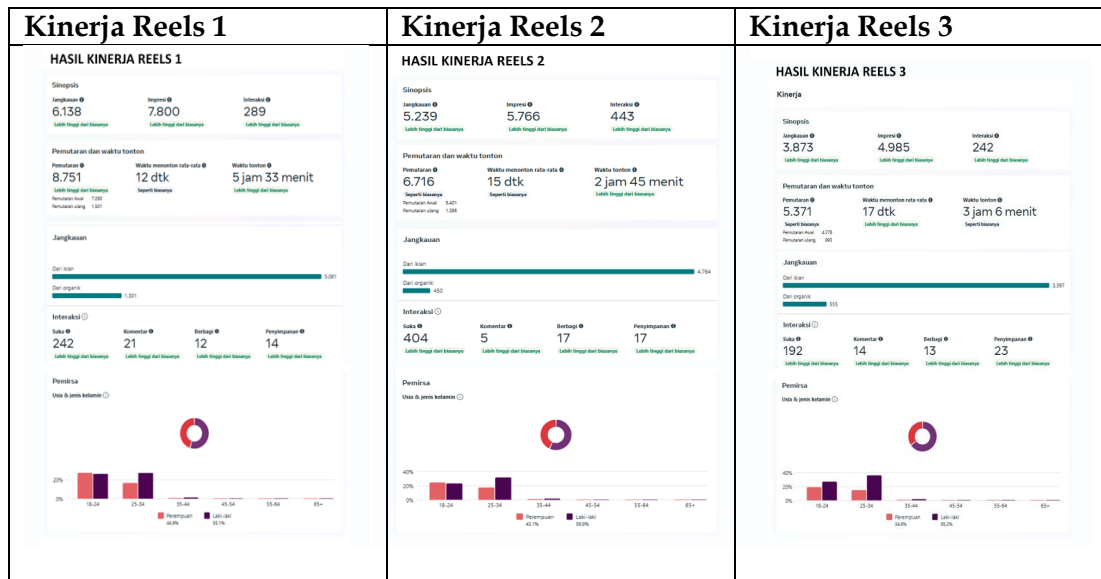


Gambar 9. Publikasi Video Reels 3

Sumber: [instagram.com/reel/C9Er6F7Sgzb/](https://www.instagram.com/reel/C9Er6F7Sgzb/) (Diakses pada tanggal 6 Juli 2024)

b. Penggunaan Instagram Ads

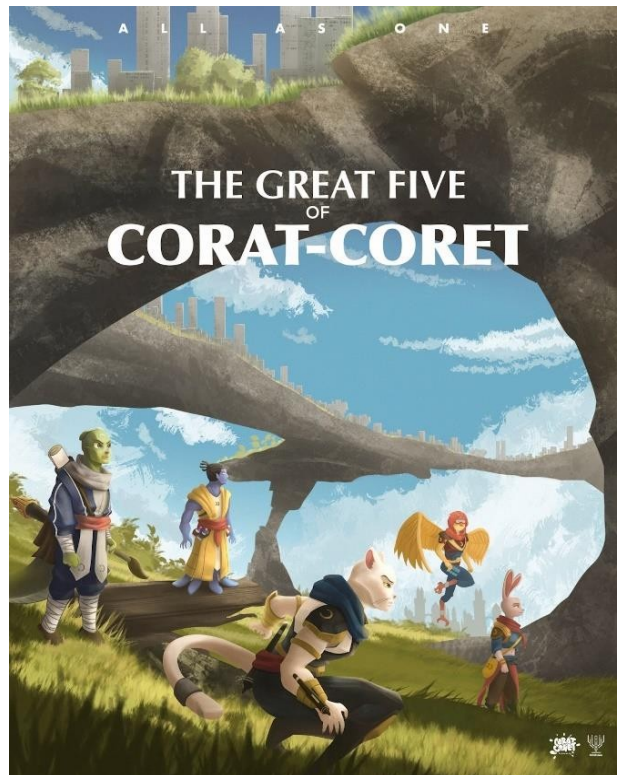
Setiap video reels yang sudah di publikasi akan digunakan dengan *instagram ads* untuk membantu mempercepat meningkatkan statistik algoritma kampanye promosi pada komunitas ilustrasi Corat-Coret.



Gambar 10. Hasil Statistik Instagram Ads *Video Reels* 1-3

c. Media Penunjang

Media penunjang pada penelitian ini berupa *fanart* poster ilustrasi, stiker, dan gantungan kunci dari maskot-maskot yang dimiliki oleh komunitas ilustrasi Corat-Coret.



Gambar 11. Media Penunjang Poster Fanart Ilustrasi Maskot



Gambar 13. Ilustrasi Maskot Untuk Stiker dan Gantungan Kunci.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perancangan tiga konten *digital* dalam bentuk *video reels Instagram* yang digunakan sebagai media promosi yang informatif dan sesuai dengan kebutuhan komunitas ilustrasi Corat-Coret secara efektif sesuai dengan materi dan segmentasi yang telah ditentukan dengan menggunakan *instagram ads* untuk menarik lebih banyak calon audiens. Terdapat tiga konten video reels yang bersifat persuasive, informatif, dan edukatif. Adapun hasil kinerja *instagram ads* memperluas jangkauan komunitas ilustrasi Corat-Coret. Selanjutnya, data kuantitatif menunjukkan signifikansi pengaruh *Instagram ads*, yaitu membantu meningkatkan pengikut sebanyak 35% pada halaman *instagram* komunitas ilustrasi Corat-Coret

DAFTAR PUSTAKA

- Adithia, S., & Jaya, M. P. P. (2021a). Strategi Pemasaran Digital Produk Minuman Kopi di Masa Pandemi. *Journal of Research on Business and Tourism*, 1(1), 37. <https://doi.org/10.37535/104001120213>
- Adithia, S., & Jaya, M. P. P. (2021b). Strategi Pemasaran Digital Produk Minuman Kopi di Masa Pandemi. *Journal of Research on Business and Tourism*, 1(1), 37. <https://doi.org/10.37535/104001120213>
- Aditya, R., Adam, P., Agus, E., Oemar, B., Rupa, J. S., Bahasa, F., & Seni, D. (2021). Pengembangan Video Menggambar Ilustrasi pada Media Wayang Beber di SMP Negeri 51 Surabaya. In *Jurnal Seni Rupa* (Vol. 9, Issue 3). <http://journal.unesa.ac.id/index.php/va>
- Anjal Bimo Suseno, M., Rahman Athian Prodi Seni Rupa, M., Seni Rupa, J., Bahasa dan Seni, F., & Negeri Semarang, U. (2024). Eduarts: Jurnal Pendidikan Seni Ilustrasi dengan Teknik Digital Tentang Permainan Tradisional sebagai Media Informasi dan Nostalgia antar Generasi. In *Eduarts* (Vol. 13, Issue 1). <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eduart>
- Ayub, M., & Sulaeman, S. F. (2022). Dampak Sosial Media Terhadap Interaksi Sosial pada Remaja: Kajian Sistemik. *Jurnal Penelitian Bimbingan Dan Konseling*, 7(1).
- Putri, S. U. V., Budiardjo, H., & Yosep, S. (2016). Perancangan Buku Komik Ludruk Berbasis Ilustrasi Digital Guna Mengenalkan Kembali Kesenian Tradisional kepada Remaja. *Art Nouveau*, 5(2).
- Laksani, H., & Pandanwangi, B. (2023). *Analisis Semiotika pada Iklan dan Implikasinya dalam Pembelajaran Bahasa Inggris Prodi Desain Komunikasi Visual*. 6(2), 944-956. <http://aksa.stsrdvisi.ac.id>
- Ma, ruf, S., & Anwar. (2024). Integrated Marketing Communication: A Literature Review. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1. <https://jicnusanantara.com/index.php/jicn>
- Malik, I., Putra, G. M., & Solihah, Y. (2024). *Perancangan Konten Digital Komunitas Ilustrasi Corat-Coret Sebagai Media Promosi*.
- 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>
- Sandi, R. K., & Widaningsih, S. (2022). Analisis Konten Marketing Media Sosial Instagram Dalam Upaya Meningkatkan Efektivitas Pemasaran (Studi Kasus Pada Akun @Indihomesragen PT Telkom Indonesia Datel Sragen Tahun 2022). *E-Proceeding of Applied Science*, 422-432. <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>

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>