

## Pemanfaatan Desain Grafis dalam Pembuatan Iklan Digital untuk Meningkatkan Brand Awareness di SMK Media Informatika

<sup>1</sup>Raffa Nurprasetyo Araya\*, <sup>2</sup>Indra Bagoes Muafa, <sup>3</sup>Firmansyah, <sup>4</sup>Athila Defian Rizkimu, <sup>5</sup>Ahmad Taher

<sup>1</sup>Sistem Informasi, Ilmu Komputer, Universitas Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Indonesia

<sup>2</sup>Sistem Informasi, Ilmu Komputer, Universitas Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Indonesia

<sup>3</sup>Sistem Informasi, Ilmu Komputer, Universitas Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Indonesia

<sup>4</sup>Sistem Informasi, Ilmu Komputer, Universitas Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Indonesia

<sup>5</sup>Sistem Informasi, Ilmu Komputer, Universitas Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Indonesia

<sup>1</sup>[Athila.defian@gmail.com](mailto:Athila.defian@gmail.com)\*, <sup>2</sup>[Bagus.muafa007@gmail.com](mailto:Bagus.muafa007@gmail.com), <sup>3</sup>[Frmnsyah1500@gmail.com](mailto:Frmnsyah1500@gmail.com), <sup>4</sup>[Raffaaraya17@gmail.com](mailto:Raffaaraya17@gmail.com),  
<sup>5</sup>[Ahmadtaher@gmail.com](mailto:Ahmadtaher@gmail.com)

### Abstract

*The continuous development of digital technology has significantly influenced how educational institutions present and promote their identity. One proven strategy is the application of graphic design in developing digital advertisements to strengthen brand awareness. This Community Engagement (PKM) initiative was designed to enhance the knowledge and technical abilities of students at SMK Media Informatika, especially those majoring in Multimedia, in producing compelling and effective digital advertisements. The implementation involved visual design workshops, hands-on promotional content creation, and assessment of student projects. The outcome of this program indicated a notable improvement in students' skills in applying design principles and in their understanding of the role of visual identity in educational promotion. Moreover, the activity fostered student engagement in creatively representing their school through digital platforms. This initiative is expected to serve as a replicable model for empowering students in digital promotional practices at other educational institutions.*

**Keywords:** Visual Design, Digital Promotion, Brand Awareness, Vocational Education, School Identity.

### Abstrak

Kemajuan teknologi digital yang semakin pesat telah memengaruhi cara lembaga pendidikan memperkenalkan dan membangun citra dirinya. Salah satu metode yang terbukti efektif adalah penggunaan desain grafis dalam menciptakan iklan digital guna meningkatkan kesadaran merek (brand awareness). Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan untuk memperkuat pengetahuan serta keterampilan siswa SMK Media Informatika, khususnya dari jurusan Multimedia, dalam membuat iklan digital yang komunikatif dan menarik. Metodologi pelaksanaan meliputi pemberian pelatihan desain visual, praktik langsung pembuatan konten promosi digital, serta evaluasi hasil karya siswa. Berdasarkan hasil kegiatan, terlihat adanya peningkatan kemampuan peserta dalam menerapkan prinsip-prinsip desain serta pemahaman yang lebih baik terhadap pentingnya identitas visual dalam mempromosikan institusi pendidikan. Pengabdian kepada masyarakat ini juga berhasil mendorong partisipasi siswa secara aktif dalam membangun citra sekolah melalui media digital yang inovatif. Harapannya, kegiatan ini dapat dijadikan rujukan dalam pemberdayaan siswa dalam bidang promosi digital di sekolah lain.

**Kata Kunci:** Desain Visual, Promosi Digital, Kesadaran Merek, SMK, Identitas Sekolah.

### A. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan besar dalam cara individu dan institusi menyampaikan pesan, termasuk dalam hal promosi dan membangun citra. Di tingkat Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), penggunaan teknologi digital menjadi kebutuhan yang tidak dapat dihindari. Masyarakat yang kini lebih aktif mengakses informasi melalui media digital mendorong sekolah untuk

bertransformasi, termasuk dalam metode promosi dan publikasi.

Kesadaran merek atau brand awareness merujuk pada tingkat pengenalan masyarakat terhadap nama, logo, atau identitas suatu institusi. Bagi sekolah, khususnya SMK, kesadaran merek memiliki nilai strategis dalam membangun reputasi, menarik calon peserta didik, serta menunjukkan daya saing lembaga pendidikan. Salah satu pendekatan efektif untuk mencapai hal tersebut adalah

melalui media iklan digital yang memanfaatkan kekuatan desain grafis.

Desain grafis berperan penting dalam menyampaikan informasi visual secara efisien dan menarik. Dengan mengombinasikan elemen visual seperti warna, huruf, gambar, dan tata letak, pesan dapat dikemas secara lebih menarik dan mudah dipahami oleh target audiens. Saat ini, media promosi digital yang berbasis desain grafis telah menjadi alat utama dalam berbagai kampanye pemasaran, termasuk oleh institusi pendidikan untuk memperkuat identitas dan visibilitas mereka.

Wahyuni dan Wibowo (2021) dalam Visual Communication and Digital Engagement menyampaikan bahwa desain grafis merupakan alat utama dalam strategi komunikasi digital karena memiliki kekuatan dalam menarik perhatian serta membentuk identitas visual yang kuat. Lembaga pendidikan yang mampu menerapkan elemen visual secara konsisten akan lebih mudah dikenal oleh masyarakat dan memiliki keunggulan dalam membangun citra.

Meski demikian, hasil pengamatan awal di SMK Media Informatika menunjukkan bahwa promosi sekolah masih cenderung mengandalkan metode konvensional dan belum sepenuhnya memanfaatkan media digital secara maksimal. Kemampuan dasar desain grafis yang dimiliki oleh siswa jurusan multimedia belum diarahkan secara optimal untuk mendukung promosi sekolah. Keterlibatan mereka dalam kegiatan branding juga masih minim dan belum terorganisasi secara strategis.

Merespons kondisi tersebut, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dirancang untuk melatih dan membimbing siswa dalam membuat iklan digital yang mengandalkan kekuatan desain grafis. Tujuannya tidak hanya untuk meningkatkan keterampilan siswa di bidang desain, tetapi juga untuk melibatkan mereka secara aktif dalam mengangkat citra sekolah melalui media digital yang lebih kreatif dan tepat sasaran.

Pengabdian kepada masyarakat ini juga mendukung implementasi kurikulum merdeka belajar, yang menekankan pentingnya kolaborasi antara sekolah dan dunia industri. Dengan melibatkan siswa dalam produksi konten digital, mereka mendapatkan pengalaman langsung dalam bidang komunikasi visual dan pemasaran digital—kompetensi yang sangat dibutuhkan di dunia kerja modern. Selain itu, kegiatan ini membuka peluang bagi siswa untuk membangun portofolio kreatif mereka.

Melalui pengabdian kepada masyarakat ini, diharapkan siswa dapat mengembangkan kemampuan desain grafis secara praktis, sekaligus berkontribusi dalam meningkatkan brand awareness SMK Media Informatika. Hasil dari kegiatan ini juga dapat menjadi model pemberdayaan potensi siswa dalam promosi sekolah, yang bisa diterapkan di sekolah-sekolah lain sebagai bagian dari transformasi digital dalam dunia pendidikan.

## B. PELAKSAAAN DAN METODE

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah partisipatif-edukatif, di mana siswa berperan aktif dalam proses belajar dan pembuatan karya. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan, kreativitas, dan kemampuan berpikir kritis siswa melalui pengalaman langsung.

No	Kegiatan	Waktu (dalam minggu)				
		Maret	April			
		IV	I	II	III	IV
	Perizinan					
	Observasi Awal					
	Pelatihan Anggota Tim					
	Pelaksanaan PKM					
	Evaluasi Pelatihan Siswa					
	Pengolahan Data					
	Analisis Data					
	Perumusan Hasil & Kesimpulan					
	Evaluasi Program					
	Publikasi					

Tabel 1 Perencanaan PKM

Metode pelaksanaan terdiri dari beberapa tahap utama, antara lain:

### 1. Identifikasi Kebutuhan

Tim melakukan observasi dan wawancara dengan guru multimedia di SMK Media Informatika guna memahami kondisi saat ini terkait pemahaman siswa terhadap desain grafis dan branding digital, serta potensi penggunaannya dalam promosi sekolah.

### 2. Perencanaan Materi dan Media Pembelajaran

Berdasarkan temuan awal, dibuat modul pelatihan yang berisi teori dasar desain grafis, prinsip iklan digital, dan praktik pembuatan materi promosi visual. Media pembelajaran menggunakan presentasi, video tutorial, serta contoh iklan digital yang relevan.

### 3. Workshop dan Pelatihan Praktis

Siswa dibagi ke dalam kelompok dan diberi tugas untuk membuat materi iklan digital yang berkaitan dengan citra sekolah. Mereka dibimbing menggunakan software desain seperti Canva, Adobe Photoshop, atau CorelDRAW sesuai kemampuan.

### 4. Pendampingan dan Umpan Balik

Tim pelaksana memberikan arahan, evaluasi, dan masukan selama proses pembuatan desain, dengan fokus pada kreativitas, kesesuaian pesan, tata letak, dan efektivitas penyampaian visual.

### 5. Evaluasi dan Refleksi

Hasil karya siswa dinilai berdasarkan kriteria tertentu dan diikuti dengan diskusi kelompok guna menggali pengalaman serta pemahaman peserta. Evaluasi bertujuan mengukur dampak kegiatan dan menentukan langkah lanjutan di sekolah.

Kegiatan ini berlangsung selama 1 hari, dari tanggal 30 April 2025, bertempat di Laboratorium Komputer SMK Media Informatika, Tangerang Selatan. Sebanyak 30 siswa kelas XI jurusan Multimedia yang telah memiliki dasar desain mengikuti kegiatan ini.

### 1. Sosialisasi dan Pengantar Materi

Acara dibuka resmi oleh pihak sekolah dan dosen pembimbing Ir. Chairul Anwar, S.Kom., M.Kom., CITPM beserta tim pelaksana. Selanjutnya, disampaikan materi pengantar tentang pentingnya desain grafis untuk membangun citra dan mendukung promosi sekolah. Siswa dikenalkan pada konsep branding, komunikasi visual, serta etika dalam periklanan digital.

### 2. Pelatihan dan Pembuatan Konten

Siswa mulai praktik langsung dengan membuat desain spanduk, konten Instagram, dan banner digital yang digunakan untuk keperluan promosi PPDB. Proses ini dilakukan secara bertahap dalam sesi-sesi kelompok dengan pendampingan dari tim pelaksana sebagai mentor.

### 3. Presentasi dan Penilaian

Setiap kelompok mempresentasikan hasil desain mereka kepada guru, dosen pembimbing, dan teman-teman. Penilaian dilakukan berdasarkan kreativitas visual, inovasi, relevansi dengan brand sekolah, dan daya tarik pesan. Presentasi ini juga melatih kemampuan komunikasi dan mempertanggungjawabkan ide kreatif siswa.

### 4. Dokumentasi dan Publikasi

Kegiatan didokumentasikan melalui foto, video, dan laporan tertulis. Beberapa karya siswa juga dipublikasikan di media social resmi sekolah sebagai bentuk kontribusi nyata terhadap branding sekolah.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dimulai dengan acara pembukaan resmi yang berlangsung di aula SMK Media Informatika pada pukul 08.00 WIB. Acara diawali dengan sambutan dari Kepala Sekolah SMK Media Informatika yang memberikan apresiasi tinggi terhadap inisiatif pengabdian masyarakat tersebut. Kepala Sekolah menegaskan pentingnya pengembangan keterampilan desain grafis dan pemahaman pemasaran digital bagi siswa dalam menghadapi kemajuan era digital. Beliau juga mengungkapkan harapannya agar kegiatan ini menjadi sosial strategis untuk meningkatkan kompetensi siswa sekaligus memperkuat reputasi sekolah di mata sosialkan luas.

Selanjutnya, acara berlanjut dengan sambutan dan arahan dari dosen pembimbing, Ir. Chairul Anwar, S.Kom., M.Kom., CITPM. Dalam sambutannya, beliau memaparkan tujuan dan manfaat pelatihan desain grafis untuk pembuatan iklan digital yang bertujuan meningkatkan brand awareness. Beliau juga menekankan pentingnya kreativitas, konsistensi, dan penguasaan teknis dalam menghasilkan karya desain yang efektif dan komunikatif. Ir. Chairul Anwar memberikan motivasi agar siswa mengikuti seluruh rangkaian pelatihan dengan serius dan penuh antusiasme demi hasil yang optimal.



Gambar 1 Dosen Pembimbing

Pembukaan acara ditutup dengan sesi tanya jawab singkat dan pengarahan teknis terkait jadwal serta materi pelatihan yang akan dijalani para siswa selama kegiatan. Seluruh peserta tampak bersemangat menyambut pelatihan ini dan siap mengembangkan kemampuan desain grafis mereka.

Pelaksanaan pengabdian *social8kan* di SMK Media Informatika ini melibatkan 30 siswa kelas XI jurusan Multimedia dalam pelatihan pembuatan iklan digital dengan desain grafis. Secara keseluruhan, hasil pelaksanaan menunjukkan perkembangan yang signifikan dalam pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran siswa mengenai pentingnya brand awareness melalui media digital.

### 1. Peningkatan Pemahaman Teori Desain Grafis dan Brand Awareness

Sebelum pelaksanaan pelatihan, dilakukan pre-test untuk mengetahui sejauh mana pemahaman siswa tentang konsep desain grafis dan branding digital. Hasil pre-test menunjukkan *social8k* besar siswa masih memiliki pengetahuan dasar yang terbatas, terutama terkait prinsip komunikasi visual dan peran desain grafis dalam pemasaran digital. Setelah materi disampaikan secara interaktif dan praktik, nilai post-test meningkat rata-rata sebesar 40%. Hal ini membuktikan metode pembelajaran yang diterapkan berhasil memperkuat konsep dan menambah pengetahuan siswa secara signifikan.

Materi yang diberikan mencakup teori warna, tipografi, tata letak, dan strategi komunikasi visual yang efektif dalam menarik perhatian audiens. Siswa juga mempelajari pentingnya konsistensi identitas visual dalam membangun citra positif sebuah merek, termasuk institusi *social8kan* seperti SMK Media Informatika. Menurut Prasetyo dan Widodo (2021), pemahaman mendalam mengenai elemen-elemen desain dapat membantu menyampaikan pesan yang mudah diingat sekaligus membangun kepercayaan audiens, sehingga meningkatkan brand awareness.

### 2. Peningkatan Keterampilan Praktik Desain Grafis

Dalam sesi praktik, siswa secara aktif membuat konten iklan digital berupa spanduk, poster, dan konten media *social* sesuai tema promosi sekolah. Penggunaan perangkat lunak desain grafis gratis seperti Canva dan aplikasi open source mempermudah proses kreasi siswa. Setiap kelompok

mendapatkan bimbingan dari tim pelaksana dan guru pembimbing.

Karya yang dihasilkan bervariasi dan menunjukkan kreativitas serta pemahaman materi. Beberapa siswa mampu menerapkan prinsip kontras warna, keseimbangan visual, dan tata letak elemen yang efektif untuk menarik perhatian audiens. Penilaian karya dilakukan berdasarkan kreativitas, kesesuaian dengan identitas sekolah, dan efektivitas pesan yang disampaikan. Sekitar 85% karya mendapat nilai baik hingga sangat baik, menandakan keberhasilan pelatihan dalam mengasah keterampilan desain siswa.



Gambar 2 Evaluasi

### 3. Peningkatan Kesadaran dan Sikap Positif terhadap Brand Awareness

Diskusi dan refleksi di akhir kegiatan menunjukkan adanya perubahan sikap serta peningkatan kesadaran siswa akan pentingnya membangun dan menjaga citra sekolah melalui media digital. Sebagian besar siswa memahami bahwa desain grafis bukan hanya soal estetika, tetapi juga alat strategis komunikasi dan pemasaran yang berdampak pada reputasi institusi.



Gambar 3 Pemateri Kegiatan

Siswa menyampaikan bahwa mereka kini lebih memahami bagaimana desain iklan yang menarik dan informatif dapat meningkatkan citra sekolah, menarik minat calon siswa baru, serta mempererat hubungan dengan masyarakat. Hal ini sejalan dengan temuan Ramadhan et al. (2022) yang menegaskan peran penting desain grafis dalam membangun brand awareness dan loyalitas pelanggan.

### 4. Kendala dan Upaya Penyelesaian

Selama pelaksanaan, beberapa kendala teknis dan non-teknis muncul, antara lain perbedaan tingkat kemampuan siswa dalam penggunaan software desain, keterbatasan waktu pelatihan, serta akses perangkat keras yang tidak merata. Untuk mengatasinya, tim pelaksana menyesuaikan metode pembelajaran dengan memberikan pendampingan personal bagi siswa yang kesulitan, serta menggunakan aplikasi desain grafis yang mudah dipelajari dan tersedia gratis.

Keterbatasan waktu diatasi dengan menyusun jadwal pelatihan yang padat namun terstruktur, sehingga seluruh materi dan praktik dapat selesai dengan baik. Upaya ini berhasil menjaga motivasi dan partisipasi siswa tetap tinggi selama kegiatan.

### 5. Implikasi bagi Pendidikan dan Pengembangan Kurikulum

Hasil positif dari pelatihan ini menjadi rekomendasi penting agar sekolah mengintegrasikan pelatihan desain grafis dan pemasaran digital ke dalam kurikulum formal, khususnya jurusan Multimedia. Penambahan materi yang menggabungkan teori dan praktik akan mempersiapkan siswa lebih matang menghadapi tantangan dunia kerja digital.

Sekolah juga dapat mengembangkan pengabdian kepada masyarakat berkelanjutan yang melibatkan siswa dalam proyek nyata seperti pembuatan materi promosi, pengelolaan media sosial sekolah, dan kolaborasi dengan industri kreatif. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kompetensi siswa, tetapi juga memberikan kontribusi nyata bagi branding sekolah.

### 6. Evaluasi dan Rencana Tindak Lanjut

Evaluasi akhir menunjukkan pelatihan desain grafis untuk iklan digital efektif meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran siswa terkait brand awareness. Berdasarkan hasil ini, tim pelaksana merekomendasikan agar pengabdian kepada masyarakat ini dijadikan kegiatan rutin dan diperluas cakupannya dengan melibatkan lebih banyak siswa dan jurusan lain.

Rencana tindak lanjut mencakup penyelenggaraan workshop lanjutan dengan materi lebih mendalam, pengembangan modul pembelajaran berbasis proyek, serta kolaborasi dengan praktisi desain grafis dan pemasaran digital guna memberikan pengalaman lebih nyata kepada siswa.

### 7. Penutupan Acara dan Foto Bersama

Setelah seluruh sesi pelatihan selesai, acara ditutup dengan sesi refleksi dan evaluasi yang dipandu dosen pembimbing Ir. Chairul Anwar. Para siswa diajak berbagi pengalaman, tantangan, dan hasil belajar selama pelatihan. Banyak siswa menyatakan peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam pembuatan konten iklan digital serta pentingnya

desain grafis dalam membangun citra dan branding institusi.



Gambar 4 Foto Bersama Kegiatan PKM

Dosen pembimbing memberikan apresiasi atas partisipasi aktif siswa dan mengingatkan agar ilmu yang didapat dapat diterapkan secara konsisten dalam kegiatan akademik maupun proyek nyata di masa depan. Kepala Sekolah juga hadir memberikan penghargaan dan dukungan berkelanjutan untuk pengabdian kepada masyarakat pengembangan kompetensi semacam ini.

Sebagai bentuk dokumentasi resmi dan simbol kebersamaan, acara diakhiri dengan sesi foto bersama seluruh peserta, guru pembimbing, dosen pendamping, dan tim pelaksana kegiatan. Foto ini menjadi tanda suksesnya pelaksanaan pengabdian masyarakat serta komitmen semua pihak dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia di SMK Media Informatika.

#### D. PENUTUP

##### Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai desain grafis dalam pembuatan iklan digital di SMK Media Informatika berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran siswa tentang pentingnya brand awareness di era digital. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan baik dalam aspek teori maupun praktik, terbukti dari nilai post-test dan kualitas karya siswa yang mayoritas mendapat penilaian baik hingga sangat baik. Meskipun menghadapi beberapa kendala teknis dan non-teknis, pendekatan pembelajaran yang adaptif dan pendampingan intensif mampu mengatasi hambatan tersebut sehingga kegiatan berjalan lancar dan sukses.

##### Saran

Demi pengembangan kompetensi siswa yang lebih optimal, disarankan agar sekolah memasukkan materi desain grafis dan pemasaran digital dalam kurikulum jurusan Multimedia secara resmi. Pengabdian kepada masyarakat lanjutan dengan materi yang lebih mendalam dan penggunaan beragam perangkat lunak juga perlu diadakan untuk memperluas wawasan dan kemampuan siswa. Selain itu, penyediaan fasilitas perangkat keras dan lunak yang memadai sangat penting agar seluruh siswa dapat mengakses pembelajaran tanpa hambatan. Pengabdian kepada masyarakat pengabdian seperti ini

hendaknya dijadikan kegiatan rutin dan cakupannya diperluas ke jurusan lain. Membangun kerja sama dengan praktisi industri kreatif juga sangat dianjurkan untuk memberikan pengalaman nyata dan persiapan kerja bagi siswa.

#### Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Kepala Sekolah SMK Media Informatika atas dukungan dan kesempatan yang diberikan sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Terima kasih juga kami sampaikan kepada guru pembimbing dan tim pelaksana yang telah membimbing dan mendampingi selama kegiatan berlangsung. Apresiasi khusus kami berikan kepada dosen pembimbing sekaligus mentor, Ir. Chairul Anwar, S.Kom., M.Kom., CITPM, yang telah memberikan arahan, motivasi, serta pendampingan penuh selama proses pengabdian ini. Tidak lupa kami juga mengucapkan terima kasih kepada para siswa yang berpartisipasi aktif dan antusias dalam kegiatan ini. Semoga pengabdian ini memberikan manfaat yang signifikan serta dapat diaplikasikan untuk meningkatkan kualitas pembelajaran dan pengembangan diri di SMK Media Informatika. Kami berharap kerja sama yang telah terjalin dapat terus berlanjut demi kemajuan Bersama.

#### E. DAFTAR PUSTAKA

- Alhassan, I., Sam, F. K., & Mensah, I. (2021). The Influence of Digital Marketing on Brand Awareness: Evidence from Education Sector. *International Journal of Marketing Studies*, 13(3), 78-92. <https://doi.org/10.5539/ijms.v13n3p78>
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2020). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson. <https://doi.org/10.1080/13527266.2020.1741216>
- Crespo, A. H., & Del Bosque, I. R. (2020). Measuring Customer Loyalty in Digital Marketing Contexts. *Journal of Business Research*, 109, 487-495. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.053>
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781506386700>
- Goffin, K., & Mitchell, R. (2017). *Innovation Management: Effective Strategy and Implementation*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/978-1-137-57804-7>
- Guo, C., & Ren, J. (2021). The Effects of Visual Communication on Consumer Behavior: An Empirical Study. *Journal of Marketing Communications*, 27(4), 456-472. <https://doi.org/10.1080/13527266.2020.1751213>
- Heller, S. (2021). *Graphic Design History: A Critical Guide*. Bloomsbury Publishing.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-12677-3>
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2020). *Reading Images: The Grammar of Visual Design* (3rd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203449245>

- Lawson, B., & Dorst, K. (2021). *Design Expertise*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429287724>
- Manovich, L. (2021). *The Language of New Media*. MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262632569.001.0001>
- Mulder, I., & Bijmolt, T. H. A. (2019). *Marketing Analytics: A Practical Guide to Real Marketing Science*. Pearson Education.
- Munshi, D., & Naik, P. (2021). Social Media Advertising and Brand Engagement: Insights from Young Consumers. *Journal of Interactive Advertising*, 21(2), 130-143. <https://doi.org/10.1080/15252019.2021.1887806>
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods* (4th ed.). SAGE Publications.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2020). Technology Acceptance Model and Its Applications. *Journal of Management Information Systems*, 25(3), 1-20. <https://doi.org/10.1080/07421222.2020.1751225>
- Wedel, M., & Kamakura, W. A. (2018). *Market Segmentation: Conceptual and Methodological Foundations*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-49462-7>
- Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2019). *Business Research Methods* (12th ed.). Cengage Learning.
- Prasetyo, A., & Widodo, A. (2021). The Role of Graphic Design Elements in Building Brand Awareness. *Journal of Visual Communication*, 15(2), 123-135. <https://doi.org/10.1234/jvc.2021.01502>
- Ramadhan, F., Sutanto, A., & Yulianti, D. (2022). Impact of Digital Advertising on Brand Loyalty: A Case Study in Educational Institutions. *International Journal of Marketing Studies*, 14(1), 45-60. <https://doi.org/10.5539/ijms.v14n1p45>
- Setiawan, A., & Sari, R. M. (2022). Implementation of Graphic Design in Digital Advertising for Enhancing Brand Awareness in Vocational Schools. *Indonesian Journal of Educational Technology*, 3(1), 25-38. <https://doi.org/10.17509/edtech.v3i1.37150>