

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Agus Hendrayadi, Azanda, Subria Mamis, Hiswanti, Syarifudin, Dewi Ulfah Arini, Wiradharma, G. (2023). *Mengenal Ilmu Komunikasi*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Ahmad, I., Djajasinga, N. D., Astuti, S. D., Cahyadi, A. S., Mamengko, R. P., Reza, V., . . . Mekaniwati, A. (2022). *Digital Marketing (Concept, Strategy, and Implementation)*. Batam: Cendikia Mulia Mandiri.
- Anggito, A., & Johan Setiawan, S. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Armayanti, N., & Pramana, D. (2021). *Public Relation*. Medan: Merdeka Kreasi.
- Azharsyah Ibrahim, S. A. (2023). *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Islam*. Jakarta Timur: Bumi Aksara.
- I Wayan Suwendra (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan dan Keagamaan*. Bali: Nilacakra.
- M. Anang Firmansyah, S. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Muhammad Rahmdhan, S. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Fatimah, S. (2020). *Teori Perencanaan*. Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Hartono, J., Zaki, A., Purwanto, B., Sugiyanto, C., Fatmawati, D., Sulistyanigrum, E, Suyanto. (2018). *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*. Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Inah, E. N. (2013). *Peranan Komunikasi Dalam Pendidikan*. Kendari: Jurnal Al-Ta'dib.

- Latief, R. (2020). *WORD OF MOUTH COMMUNICATION PENJUALAN PRODUK*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Redi Panuju, M. (2019). *Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Mallappiang, & Nasiratunnisaa. (2023). *Dasar-Dasar Public Relation*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Munadhil Abdul Muqsith, P. (2022). *Pesan Politik Di Media Sosial 'Twitter'*. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan Media Sosial. *Preprint*, 6-7.
- Sihombing, D. S., Pardede, D. E., Sihombing, A., & Dewantara, N. (2022). *Pemasaran Digital*. Purwokerto: CV. Pena Persada.
- Sudaryo, Y., Sofiati, N. A., Yosep, M. A., & Nurdiansyah, B. (2020). *Digital Marketing dan FinTech di Indonesia*. Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI).
- Sukoco, S. A. (2018). New Komunikasi Pemasaran. *Pustaka Abadi*, 11-12.
- Supit, B. F. (2023). *Konsep Dasar Komunikasi Organisasi*. Tondano: Tahta Media Group.
- Tri Rachmadi, S. (2020). *The Power Of Digital Marekting*. TIGA Ebook.
- Umrati, & Wijaya, H. (2020). *Analisis Data Kualitatif*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Grasindo.

Jurnal

- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu. *Kinesik*, 178-

180.

Hernani. (2014). Studi Tentang Penerapan Kegiatan Keprotokolan Di Kantor Gubernur Provinsi Kalimantan Timur. *eJournal*, 85.

Kurnia, F. (2023). Organisasi : Pengertian, Unsur-unsur, Ciri-ciri, Bentuk, dan Tujuannya. *DailySocial*.

Husna, A. N., Zahra, A. A., Moch Imron Rosyidi, L. Q., Kurniaty, Y., Purbaya, M. E., Afgani, F. A., . . . Amrul, A. L. (2021). *Memberdayakan Masyarakat Digital*. Unimma Press.

Intan, R. (2020). Metode Penelitian. *Raden Intan Repository*, 39.

Julius, N. (2024). Data Jumlah Pengguna Instagram Di Indonesia 2024. *Upgrade*.

Kartini, Syahrina, J., Siregar, N., & Harahap, N. (2022). Penelitian Tentang Instagram. *Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 23-25.

Putri, N. H. (2021). Tekonologi Maju, Digital Marketing Jadi Tren Baru. *Diskominfo Prov. Kaltim*.

Riyani, S. (2021). Metodologi Penelitian Pemilihan Informan. *Undip Repository*, 29.

Sarastuti, D. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova. *Mercu Buana*, 75.

University, B. (2023). Proses Public Relations Itu Gimana, Sih? *Binus Higher Education*, 23.