

DAFTAR PUSTAKA

- Enterprise, J. (2021). Instagram untuk Bisnis, Hobi, dan Desain Grafis. Elex Media Komputindo.
- Hariyanto, D. (2021). Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi.
- Hastuti, P., & dkk. (2021). Kewirausahaan Dan Umkm. Yayasan Kita Menulis.
- Helianthusonfri, J. (2020). Instagram Marketing Untuk Pemula. Elex Media Komputindo.
- Moleong, L. J. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif.
- Sudrartono, T., dkk. (2022). Kewirausahaan UMKM di Era Digital. Cv Widina Media Utama.
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kualitatif (Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif).
- Teddy Dyatmika, M. I. K. (2021). Ilmu Komunikasi. Zahir Publishing.
- Zahra, D. F., Amanulloh, N., Zahra, D. F., & Amanulloh, N. (2024). Kota Tua sebagai Ruang Kreasi Digital: Eksplorasi Kota Tua sebagai Arena Produksi.
- Apriani, D. I., & Bhaihaki, M. (2024). Strategi Pemasaran Konten dalam Meningkatkan Interaksi Konsumen di Media Sosial. Jurnal Ekonomika: Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan Syari'ah, 12(2), 21–31.
- Fadli, A., & Sazali, H. (2023). Peran Media Sosial Instagram @Greenpeaceid sebagai Media Kampanye dalam Menjaga Lingkungan. Jurnal Ilmu Komunikasi UHO, 8(2), 209–222.
- NAIMAH, R. J., et al. (2020). Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran UMKM. Jurnal IMPACT, 2(2), 39.

- Oktaviani, J. (2018). Communication Mix terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Komunikasi*, 51(1), 51.
- Pardianti, M. S., & S, V. V. (2022). Pengelolaan Konten Tiktok sebagai Media Informasi. *Ikon – Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(2), 187–210.
- Pratiwi, A. B., et al. (2024). Konten Kreator sebagai Upaya Peningkatan Lulusan Siap Kerja bagi Siswa SMK Jurusan Multimedia. *Jurnal ABDIRAJA*, 7(1), 24–33.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
- Rio Irwan Susanto. (2024). Personal Branding Konten Kreator @pandawaragroup melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Audiens*, 5(2), 270–289.
- Rismayanti, R. (2017). Integrated Marketing Communications (IMC) di PT Halo Rumah Bernyanyi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 253–266.
- Safitri, E., et al. (2022). Kajian Literatur Peran Integrated Marketing Communication (IMC) dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 19(2), 259–267.
- Shofa Anggita Asmul Fauzi. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk Dapoer Marebu. Tugas Akhir – Repositori UNTIDAR.
- Tiara, G. (2021). Dramaturgi Pengelolaan Kesan Konten Kreator di Media Sosial Instagram. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 6(3), 14.