

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, S. (2022). Pemanfaatan media sosial untuk efektivitas komunikasi. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 1, 71–82.
<https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102>
- Aji, W. N. (2018). Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia. *Universitas Widya Dharma Klaten*, 431, 136.
- Ardianto, E. (2011). *Metodologi penelitian untuk public relations kuantitatif dan kualitatif*. Simbiosis Rekatama Media.
- Din, S. J. Al. (2023). Perencanaan Dan Analisa Website Bina-Tunggal. Ac. Id Dengan Penerapan *Search Engine Optimization (Seo)*. *Ismetek*, 2, 16–26.
<http://ismetek.itbu.ac.id/index.php/jurnal/article/download/194/185>
- Edy Marsudi, I., Seprianti Eka Putri, Ms., Chairul Pua Tingga, Ms., Sri Anugrah Natalina, M., Hardi Fardiansyah, M., Marsam, Me., Cut Faradilla, M., Hesti Maheswari Solehatin Ika Putri, Ms., Diqbal Satyanegara, M., Acai Sudirman, Ms., Nanda Dwi Rizkia, M., & Sri Ayu Rayhaniah, M. (2022). *Manjaemen Pemasaran*. 219–233. www.penerbit.medsan.co.id
- Effendy, O. U. (2009). Ilmu Komunikasi Ilmu Komunikasi. In *PT.REMAJA ROSDAKARYA Jl.*
- Ferira, R. (2022). Analisis Aplikasi Tiktok Sebagai Platform. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, June.
- Firmansyah, M. A. (2020). Buku Komunikasi Pemasaran. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August).

- Fitriansyah, F. (2018). Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja). *Cakrawala*, 18(2), 171–178.
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala><https://doi.org/10.31294/jc.v18i2>
- Hamirul, Zulkifli, Alhidayat, N., & Nova, E. (2022). Viral dulu, usut kemudian!(studi tentang kontrol sosial melalui media sosial). *Journal of the Japan Welding Society*, 91(5), 328–341.
<https://doi.org/10.2207/jjws.91.328>
- Hamzah, M., Sudaryanto, E., Cahyo, B., & Adhi, S. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Peningkatan *Brand Awareness* (Studi Deskriptif Kualitatif pada Ragil Kuning). *Commercium*, 4(2), 120–135.
- Haryono, C. G. (2020). Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi. CV Jejak, Anggota IKAPI.
- Irawati, D., Natsir, N. F., & Haryanti, E. (2021). Positivisme, Pospositivisme, Teori Kritis, dan Konstruktivisme dalam Perspektif “Epistemologi Islam.” *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(8), 870–880.
<https://doi.org/10.54371/jiip.v4i8.358>
- Khadlirin, A., Mulyantomo, E., & Widowati, S. Y. (2021). Analisis Efisiensi Dan Efektifitas Pengelolaan Dana Desa (Study Empiris Dana Desa di Desa Tegalarum Kabupaten Demak Tahun 2016-2020). *Solusi*, 19(2), 187.
<https://doi.org/10.26623/slsi.v19i2.3162>

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip – prinsip pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kristia, S. E., & Harti. (2021). Pengembangan Media Promosi Berbasis Aplikasi Tiktok Untuk Meningkatkan Minat Beli Produk Umk Dm.Seafood. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 2723–3901.
- Mardiana, S. (2013). Peranan Komunikasi Pemasaran dalam Membentuk Perilaku Konsumen. *Jurnal Komunikasi*, 2(2), 40–46.
- Merlinva Putri, R. A., Anwar, Z., & Purmadi, A. (2023). Pengaruh Penggunaan Explainer Video Terhadap Motivasi Belajar Siswa Mata Pelajaran Bahasa Indonesia Kelas X Upw. *Jurnal Penelitian, Pengembangan Pembelajaran Dan Teknologi (JP3T)*, 1(2), 82–86. <https://doi.org/10.61116/jp3t.v1i2.113>
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36–44. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>
- Nashrullah, M., Fahyuni, E. F., Nurdyansyah, N., & Untari, R. S. (2023). Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, Dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data). In *Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, Dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data)*. <https://doi.org/10.21070/2023/978-623-464-071-7>
- Prahara, T. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi kasus Pada Online Shop SEIWAY di Tangerang selatan).

- Cakrawala - Jurnal Humaniora*, 23(2), 81–88.
<https://doi.org/10.31294/jc.v23i2.19065>
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Rayhaniah, S. A. (2022). Komunikasi pemasaran. *Jakarta: Erlangga*, 45, 100–101. <https://doi.org/10.31219/osf.io/q8u3d>
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Saadah, N. N., Budiman, A., & Yusuf, I. (2023). Analisis Pemasaran Digital Menggunakan Model Aisas Pada Produk Semakin Peka. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1153–1164. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3139>
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from the World's Most Innovative Advertising Agency*. McGraw-Hill.
- Satrio, D., & Adriyana, R. (2023). Analisis Efektivitas Promosi Perguruan Tinggi Dengan Penerapan Model AISAS. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 19(1), 59. <https://doi.org/10.30742/equilibrium.v19i1.2788>
- Septiani, A., & Afsari, A. S. (2023). Edukasi Pemanfaatan Media Sosial Dalam Rangka Pelestarian Seni Lais Bagi Siswa Smpn 1 Rajapolah Kecamatan Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya. *Midang*, 1(3), 103. <https://doi.org/10.24198/midang.v1i3.50424>

- Sukrillah, A., Ratnamulyani, I. A., & Kusumadinata, A. A. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Melalui Whatsapp Group Fei Sebagai Sarana Komunikasi. *Jurnal Komunikatio*, 3(2), 95–104. <https://doi.org/10.30997/jk.v3i2.919>
- Surokim. (2016). Riset Komunikasi : Buku Pendamping Bimbingan Skripsi. *Pusat Kajian Komunikasi Publik Prodi Ilmu Komunikasi FISIB-UTM & Aspikom Jawa Timur*, 285. <http://komunikasi.trunojoyo.ac.id/wp-content/uploads/2016/01/BUKU-RISET-KOMUNIKASI-JADI.pdf>
- Susila, I. (2015). Pendekatan Kualitatif Untuk Riset Pemasaran Dan Pengukuran Kinerja Bisnis. *BENEFIT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 12–23.
- Syakila, D., Putri, D., & Nurhaipah, T. (2025). *Interaktivitas Media Sosial Instagram @ Bankbri _ id dalam Mengomunikasikan CSR*. 1(1), 37–49.
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bisnis Kuliner. *Journal of New Media and Communication*, 1(1), 43–57. <https://doi.org/10.55985/jnmc.v1i1>.