

DAFTAR PUSTAKA

- Ariffudin Islam, M. (2022). PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI DEDADO BATIK DI SURABAYA. *Jurnal Barik*, 3(2), 112–124. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Batee, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.108>
- Dan Keselamatan Penerbangan Di Bandara Udara Internasional Adi Soemarmo Boyolali Lala Rahmandhani Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan, K., & Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan, H. (2023). Analisis Penanganan Foreign Object Debris (FOD) Oleh Petugas Apron Movement Control (AMC) Dalam Menjaga. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 1(3), 49–61. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v1i4>
- Dewi Reniawaty, & Irwan Hermawan. (2021). Perpindahan Promosi dari Offline ke Online Penjualan Produk Olahan Hui Cilembu Pada Usaha UMKM Kirihiuci Selama Masa Pandemi Covid 19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 7(2), 204–216. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v7i2.750>
- Disemadi, H. S. (2022). Lenses of Legal Research: A Descriptive Essay on Legal Research Methodologies. *Journal of Judicial Review*, 24(2), 289. <https://doi.org/10.37253/jjr.v24i2.7280>
- Elwani, R. S., & Kurniawan, F. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Sosial Bagi Remaja. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 64. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i1.6654>
- Eridany, A. N., & Waluyowati, N. P. (2023). Efektivitas Penerapan Direct Marketing pada Penjualan Produk Rekening Rencana Tabungan Haji (RTJH) Bank Sinarmas Syari'ah Malang. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 2(1), 323–330.
- Evander, W., Yuliana, Y., & Arwin, A. (2023). *Analisis Media Sosial Marketing di PT . Peta Property Indonesia Medan. September*, 28–31.
- Exel, F., Akakip, D., Ariwijaya, H., & Milang, I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Santika Luwuk. *Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 09(January), 485–500. <https://ejournal.pps.ung.ac.id/index.php/Aksara>
- Fahira, T., Februadi, A. C., & Alty Amalia, F. (2021). *Prosiding The 12 th Industrial Research Workshop and National Seminar Bandung*.

- Kurnia, N. D., Johan, R. C., & Rullyana, G. (2018). Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di Upt Perpustakaan Itenas. *EduLib*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.17509/edulib.v8i1.10208>
- Lais, S., Lais, S., Lais, S., Lais, S., Smpn, S., Lais, S., & Lais, S. (2023). *Midang: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat eISSN: 2986-657X*. 1(3), 103–112.
- Marpaung, F. K., Arnold, M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen, LMII Medan*, 7(1), 49–64. <http://ejournal.lmiimedan.net>
- Mustar, M., & Nashihuddin, W. (2020). Whatsapp Group Sebagai Layanan Referensi Online: Studi Kasus Pada Alumni Departemen Ilmu Kesehatan Anak Fk-Kmk Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. *Journal of Documentation and Information Science*, 4(1), 11–22. <https://doi.org/10.33505/jodis.v4i1.158>
- Ngusman, N., Egar, N., & Wuryandini, E. (2023). Manajemen Teaching Factory Dalam Peningkatan Mutu Konsentrasi Keahlian Teknik Audio Video. *Jurnal Manajemen Pendidikan (JMP)*, 12(3), 414–425. <https://doi.org/10.26877/jmp.v12i3.16245>
- Paskalina, A. J., Nirwana, A., & Nugroho, D. P. (2021). PERANCANGAN KONTEN VISUAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA SOSIAL MEDIA INSTAGRAM KAFE REGINA DI KABUPATEN TULUNGAGUNG. In *SAINSBERTEK Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi* (Vol. 2, Issue 1). DKV.
- Riki, Kremer, H., Suratman, Ciptoputra, V. A. A., & Hazriyanto. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Peranan Sebagai Sarana Komunikasi Dan Promosi Produk. *Jurnal Cafeteria*, 4(1), 98–105.
- Salim, H. S., Goh, T. S., & Margery, E. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Pt. Furnilux Indonesia. *Jurnal Bisnis Kolega*, 8(1). <https://doi.org/10.57249/jbk.v8i1.75>
- Santoso, L. T. U. W. S. (2021). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial TikTok Terhadap Keterampilan Berbicara Kelas IV SDN Trosobo II. *Jpgsd*, 9(9), 3188–3197.
- SARASWATI1, H. D., & Afifi, S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Di Masa Pandemi Covid-19 (Tourism Marketing Communication Strategy in the Covid-19 Pandemic Period). *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 12(2), 138–155. <https://doi.org/10.35814/coverage.v12i2.2743>

- Setianingsih. (2022). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(September), 25–34.
- Sholikhah, L. M. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Berbasis Media Sosial Lini Bisnis Ternak Mart Pada Startup Ternaknesia Di Masa Pandemi Covid-19. *Commercium*, 4, 132–145. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/41803/35965>
- Syairozi, I., Perdana, R. P., Syahrial, R., Alfiyani, N. S., & Fadilah, M. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perkembangan Anak (Survei di Pulo Gebang Rt. 003/004 Jakarta Timur). *Jurnal Alasma: Media Informasi Dan Komunikasi Ilmiah*, 4(1), 8–27.