

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, C., Hermawan, D., P, S. N., & TM, K. (2021). Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Pengembangan Usaha Ternak Tikus Putih. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Aindhae. (2022, 03 29). *BERGABUNGLAH SEBAGAI HONORARY REPORTER 2022 DI KOREA.NET!* Diambil kembali dari aindhae.com:  
<https://www.aindhae.com/2022/03/honorary-reporter-2022.html>
- Alfansyur, A., & Mariyani, M. (2020). SENI MENGELOLA DATA: PENERAPAN TRIANGULASI TEKNIK, SUMBER DAN WAKTU PADA PENELITIAN PENDIDIKAN SOSIAL. *Jurnal Historis Program Studi Pendidikan Sejarah FKIP UM Mataram*.
- Anshori, A. (2019). Pencitraan Politik Melalui Media Sosial.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Islam VOL. 1 NO. 2 (2023): 2023*.
- Ariyanto, & et.al. (2023). Manajemen Pemasaran. Dalam Ariyanto, & et.al, *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Arlinda, S., & Hendro, J. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Sarana Promosi Produk UMKM di Wilayah Kecamatan Cilincing. *Vol 6 No 2 (2023)*.
- Cay, S., & Irawati, J. (2020). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus UMKM di Tangerang Selatan). *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni dan Teknologi*, 160-170.
- Chaffey, D., Hemphill, D., & Edmundson-Bird, T. (2019). *Digital Business and E-Commerce Management : Seventh Edition*. Harlows: Pearson Education Limited.
- Dr. Muh. Yani Balaka, S. M. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum Vol. 21. No. 1., 2-3*. Diambil kembali dari  
[https://journal.uny.ac.id/index.php/humanika/article/view/38075/pdf\\_1](https://journal.uny.ac.id/index.php/humanika/article/view/38075/pdf_1)
- Farahdinna, P. N. (2022). PENERAPAN STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH SEKTOR KULINER DI KOTA BANDA ACEH BERDASARKAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Skripsi PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH*

*FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM  
NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH.*

- Fauzan. (2018). ANALISIS PEMANFAATAN APLIKASI iPUSNAS BERBASIS ANDROID DI PERPUSTAKAAN NASIONAL REPUBLIK INDONESIA. *Jurnal Ilmu Perpustakaan Vol 7, No 4 (2018)*.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara VOL. 1 NO. 2 (2018): JULI (2018) - DESEMBER (2018)*.
- Firmansyah, M., Masrun, & Yudha S, I. K. (2021). ESENSI PERBEDAAN METODE KUALITATIF DAN KUANTITATIF. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Vol. 3 No. 2 (2021): Elastisitas, September 2021*.
- Gustama, A. R. (2023). PERAN ENDORSMENT MELALUI MEDIA INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus di Toko Clothes Uncletees). *Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO*.
- Ichsan, & Ali, A. (2020). Metode Pengumpulan Data Penelitian Musik Berbasis Observasi Auditif . *Musikolastika: Jurnal Pertunjukan dan Pendidikan Musik*, 85-93, 2 (2).
- Khairani, A., Andini, Y. B., Fedia, V., Putri, N. O., Norfaizah, & Putra, R. B. (2022). Penerapan Digital Marketing Dan Influencer Endorsement Saat Pandemi Covid-19 Pada Agen Frozen Food (Studi Kasus UMKM Wins Food Kebab Padang). *Vol. 2 No. 1 (2022): Innovative: Journal Of Social Science Research*.
- KHALISA, N. R. (2021/2022). PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM OLEH TOKO HAYAMI.ACC. *Skripsi JURUSAN ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI UNIVERSITAS SEMARANG*.
- Lidya, A. (2022). Viralitas Konten Sosial Media. *MAJALAH SEMI ILMIAH POPULER KOMUNIKASI MASSA*, 2-4.
- Mahfudz, A. (2020). STRATEGI BRANDING DALAM MEMBANGUN CITRA TPA PERCONTOHAN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF TPA ANWAR RASYID GONDOKUSUMAN KOTA YOGYAKARTA). *Skripsi thesis, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA*.

- Mahliza, I., Husein, A., & Gunawan, T. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Online. *Jurnal Ekonomi Islam Vol 1, No 3 (2020)*.
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*.
- Manuharani, N. K., Kencanawati, N. N., & Narti, A. A. (2022). Perbandingan Efektivitas Digital Marketing Dengan Konvensional Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk UMKM (Studi Kasus : Kuta Metelu Herbal).
- Maqshuro, H. (2024, 01 04). *K-Influencer Academy: Program untuk Belajar Mengkreasikan Konten Korea Berkualitas*. Diambil kembali dari Honorary Reporter:  
[https://honoraryreporters.korea.net/board/detail.do?articlecate=1&board\\_no=16991&tpln=10](https://honoraryreporters.korea.net/board/detail.do?articlecate=1&board_no=16991&tpln=10)
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat Vol 12 No 3 (2020): JIKM Vol. 12, Edisi 3, Agustus 2020*.
- NOVIARIANSYAH, A. (2023). STRATEGI CONTENT MARKETING AKUN @ORCHIDPOISON DALAM MEMASARKAN PRODUK LOKAL SOMETHINC SKINCARE DI MEDIA SOSIAL TWITTER. *Skripsi PROGRAM STUDI SI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS TIDAR MAGELANG*.
- Paramitha, V. (2019). DAMPAK PSIKOLOGIS PASCA PUTUS CINTA PADA REMAJA. *Thesis UNIKA SOEGIJAPRANATA SEMARANG*.
- Putri, L. A., Wulan, M. N., Fihartini, Y., Ambarwati, D. A., & Pandjaitan, D. R. (2022). Pendampingan Pengembangan Pemasaran Digital Pada BUMDes Artha Jaya, Desa Yogyakarta Selatan. *Vol. 2 No. 1 (2022): Oktober, 4-5*.
- Riskiono, S. D., Hamidy, F., & Ulfia, T. (2020). SISTEM INFORMASI MANAJEMEN DANA DONATUR BERBASIS WEB PADA PANTI ASUHAN YATIM MADANI. *Journal Of Social Sciences And Technology For Community Service Vol 1, No 1 (2020)*.
- Safarudin, R., Zulfamanna, Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Kualitatif. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research Volume 3 , 9680-9694*.
- Saragih, R. M., & Firmansyah, W. (2023, November). Persepsi Mahasiswa Tentang Globalisasi Sebagai Tantangan Untuk Identitas Nasional. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*

*Vol.1 No.1*, 95-102. Diambil kembali dari  
[https://online-  
journal.unja.ac.id/jppsmy/article/view/30202/  
17076](https://online-journal.unja.ac.id/jppsmy/article/view/30202/17076)

Sholeh, M., Rachmawati, R. Y., & Susanti, E. (2020). Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar Pada Media Sosial Sebagai Upaya Mempromosikan Hasil Produk UMKM. *Volume 4, Nomor 1*.

Situmorang, D. D., Darmayanti, K. K., & Ns, H. R. (2018). Efektivitas Videography dengan Menggunakan Powtoon untuk Meningkatkan Pemahaman Mengenai Bullying. *Indonesia Journal of Learning Education and Counseling*.

Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Bandung : Alfabeta, 2020.

Suryani, E., Mujib, A., & Sardjijo. (2021). Kualitas Kepemimpinan Kepala Sekolah dan Kinerja Guru dalam Meningkatkan Hasil Belajar Siswa di SD Swasta Kota Batam. *Jurnal Manajemen Pendidikan Magister Manajemen Pendidikan FKIP Universitas Kristen Satya Wacana Volume: 8, No. 2, Juli-Desember 2021*, 239-249.

Yanti, N. K. (2023). IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING MELALUI INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DI ANANTARA SEMINYAK BALI RESORT. *Skripsi JURUSAN PARIWISATA POLITEKNIK NEGERI BALI BADUNG*.

Yulianty, P. D., & Jufri, A. (2020). Perdebatan Empiris : Prinsip Metode Kualitatif dan Kuantitatif Untuk Penelitian Sosial Ekonomi. *Vol. 15 No. 2 (2020): Juli - Desember 2020*, 2-5. Diambil kembali dari [https://e-  
journal.umc.ac.id/index.php/VL/article/view/1291/872](https://e-journal.umc.ac.id/index.php/VL/article/view/1291/872)

YULISTIAWATY, N. T. (2021). KEGIATAN PRAMUKA DI SDN 1 HADILUWIH BERBASIS PATRIOTISME UNTUK MENUMBUHKAN RASA NASIONALISME. *Thesis, STKIP PGRI PACITAN*.

Zein, A. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Via Media Online.