

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, A. M. (2018). Digital Marketing sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran “Waroenk Ora Umum” dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen. *Jurnal Riset Komunikasi, 1(1)*, 147-157.
- Afrizal, M.A. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Alfansyur, A., & Mariyani, M. (2020). Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah, 5(2)*, 146-150.
- Andi.link. (2022, Februari). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*. Diakses pada 30 Juli 2022. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Anwar, F. (2017). Perubahan dan Permasalahan Media Sosial. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni, 1(1)*, 137-144.
- Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta). *Jurnal Dutacom, 9(1)*, 43-53.
- Arifin, B., Muzakki, A., & Kurniawan, M. W. (2019). Konsep Digital Marketing Berbasis SEO (Search Engine Optimization) dalam Strategi Pemasaran. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis, 4(2)*, 87-94.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, 6th*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*. New York: Routledge.
- Damayanti, R. (2018). Diksi dan Gaya Bahasa dalam Media Sosial Instagram. *Jurnal Widyaloka IKIP Widya Darma, 5(3)*, 261-278.

- Hamzah, R. E. (2018). Web Series sebagai Komunikasi Pemasaran Digital Traveloka. *Jurnal Pustaka Komunikasi, 1(2)*, 361-374.
- Indrajit, R. E. (2020). *Literasi Digital Nusantara*. Yogyakarta: Andi.
- Innova, E. I. (2016). Motif dan Kepuasan Pengguna Instagram di Komunitas Instameet Indonesia. *Jurnal E-Komunikasi, 4(2)*, 1-11.
- Lupi, F. R., & Nurdin, N. (2016). Analisis Strategi Pemasaran dan Penjualan E-Commerce Pada Tokopedia.com. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer, 2(1)*, 20-29.
- Mubarak, R. A., & Sulistyowati, L. (2020). Manfaat Internet Marketing dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Puree Mangga (Studi Kasus Pada CV. Promindo Utama Di Kecamatan Losari, Kabupaten Cirebon). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh, 7(1)*, 272-287.
- Munandar, I., & Tambunan, A. S. (2018). Penggunaan Media Sosial sebagai Strategi Kehumasan di Kementrian ESDM Melalui Metode SOSTAC. *Jurnal Balai Pendidikan dan Pelatihan Tambang Bawah Tanah, 18(2)*, 1-17.
- Pamungkas, D. P. (2016). Analisis Competitive Force dan Competitive Strategy Sistem Informasi Kuliner di Indonesia (Studi Kasus: Kulina. id). *Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational Education, 1(2)*, 118-127.
- Purwiantoro, M. H., SW, D. F. K., & Hadi, W. (2016). Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM). *Jurnal Eka Cida, 1(1)*, 30-39.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common, 3(1)*, 71-80.
- Rachmawaty, A. (2021). Strategi Marketing Menggunakan Instagram. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal), 7(1)*, 39-51.
- Ryan, Damian. (2016). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging The Digital Generation*. London: Kogan Page Publishers.

- Salmiah, S., Fajrillah, F., Sudirman, A., Siregar, M. N. H., Simarmata, J., Suleman, A. R., & Jamaludin, J. (2020). *Online Marketing*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sarastuti, D. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(01), 71-90.
- Sarosa, Samiaji. (2019). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: PT Kanisius Yogyakarta.
- Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 92-96.
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Soraya, I. (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta). *Jurnal Komunikasi*, 8(2).
- Suara.com. (2020, 10 September). *Cerita Lindawaty, Sukses Cetak UKM Makanan Lewat Program Kursus Online*. Diakses pada 1 Februari 2022. <https://www.suara.com/lifestyle/2020/09/10/161640/cerita-lindawaty-sukses-cetak-ukm-makanan-lewat-program-kursus-online?page=1>
- Sirclo.com. (2022, 7 Juni). *Perkembangan UMKM di Indonesia dan Perannya, Seperti Apa?*. Diakses pada 30 Juli 2022. <https://store.sirclo.com/blog/perkembangan-umkm-di-indonesia/>
- Traga, E., & Nuraeni, R. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Bpjs Ketenagakerjaan Dalam Meningkatkan Kesadaran Para Atlet. *Jurnal eProceedings of Management*, 6(3), 6765-6774.
- Tekno.kompas.com. (2022, 26 Juli). *9 Fitur Baru Instagram, Bisa Bikin Avatar hingga Bantu Cari Anak Hilang*. Diakses pada 30 Juli 2022. <https://tekno.kompas.com/read/2022/06/22/12150007/9-fitur-baru-instagram-bisa-bikin-avatar-hingga-bantu-cari-anak-hilang?page=all>

Tribunnews.com. (2020, 7 September). *Kisah Lindawaty, Bangun Usaha dari Garasi Rumah Kini Mampu Cetak Ribuan UKM*. Diakses pada 7 Oktober 2021.

<https://www.tribunnews.com/seleb/2020/09/07/kisah-lindawaty-bangun-usaha-dari-garasi-rumah-kini-mampu-cetak-ribuan-ukm?page=2>

Utami, M. A., Lestari, M. T., & Putri, B. P. S. (2016). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran SMB Telkom University Tahun 2015/2016 melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal eProceedings of Management*, 3(1), 859-866.