

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, F. K. (2021). Jenis - Jenis Digital Content Pada Akun Instagram @Kreativv_id. *Digital Content Technopreneurship Journal*, 1, 1-7. Retrieved Maret 10, 2023, from <http://repository.untag-sby.ac.id/12456/1/ETS%20technopreneurship.pdf>
- Adhikara, M. B., & Yusiana, R. (2021, Oktober). Perancangan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi. *E-Proceeding of Applied Science*, 7(5), 1 - 5. Retrieved Maret 17, 2023, from <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/15449/15163>
- Arie Viriawan Ruse, F. J. (2023, April). Evaluasi Manajemen Media Sosial Instagram Menggunakan Framework Dragons: Studi Kasus Pada Program Studi Pascasarjana di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(1), 1-7. Retrieved Mei 18, 2023, from <https://jurnalpemasaran.petra.ac.id/>
- Basnet, S. D., & Auliya, A. (2022). Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Dalam Penyelenggaraan Event INACRAFT 2022. *Journal of Tourism and Economic*, 5(1), 1 - 14. doi:10.36594
- Buffer. (2021). The State of Social 2021: Key Findings From The Report. *Digital Communication and Business Promotion - Vol 1*, 4 - 10.
- Fauzi, & Putri, V. (2018). Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing Er - Corner Boutique Dalam Membangun Brand Awareness Di Kota Pekanbaru. *JOM FISIP*, 3(1), 1 - 15. Retrieved Desember 17, 2022, from <http://www.google scholar.com>
- Fauzia, & Vanda, L. (2021). Pembuatan Kalender Konten dengan Google Sheet dan Template Unggahan Sebagai Upaya Pengelolaan Media Sosial Instagram Komunitas Kantong Pintar. *Tugas Akhir*, 1 - 59. Retrieved April 15, 2023, from <http://dSPACE.uui.ac.id>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018, Desember). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(2), 1-16. Dipetik April 6, 2023, dari <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/>
- Fitriyanti, D. N. (2023, Maret). Manajemen Media Sosial Sekolah Di Madrasah Tsanawiyah Muhammadiyah 2 Karanganyar. *Jurnal Studi Manajemen Pendidikan Islam*, 7(1), 1 - 16. doi:10.54437

- Gumilang, & Ratna, R. (2019, Maret). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 1 - 6. Retrieved April 6, 2023, from <https://stie11april-sumedang.ac.id>
- Hesniati, Jessy, Kelly, Valentina, C., Ariadi, D., & Mashita, J. A. (2021, Agustus). Perancangan Strategi Pemasaran Digital Pada UMKM One Bowl Soup. *Jurnal Digital Marketing*, 3(1), 1-8. Retrieved Maret 10, 2023, from <http://journal.uib.ac.id/index.php/nacospro>
- Katrina Katrin, Z. V. (2020, April). Strategi Pemasaran Komunikasi Digital Marketing Platform (Cashback) Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 1 - 12. Dipetik April 6, 2023, dari <http://jurnal.utu.ac.id/jsource>
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018, Oktober). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi - Vol 3*, 3(1), 18 - 33. Dipetik April 6, 2023, dari <https://jurnal.unpad.ac.id/manajemen-komunikasi/article/view/12963/pdf>
- Magdalena, N., Aprillia, A., & Setiawan, R. (2022, Juni). Evaluasi Kinerja Marketing Digital (Digital Marketing Performance Evaluation). *Journal of Integrated System*, 5(1), 1 - 8. Retrieved April 6, 2023, from <https://repository.maranatha.edu>
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara - Vol 2*, 1 - 9.
- Mardiyanto, D., & Giarti. (2019, Februari). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo). *Jurnal Edunomika*, 3(1), 2 - 7. Retrieved April 1, 2023, from <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/download/470/249>
- Mutma, F. S., Dyanasari, R., & Leksono, F. B. (2022, Agustus). Pelatihan Produksi Konten Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Organisasi. *Jurnal Buana Pengabdian*, 4(2), 1-10. Retrieved Mei 18, 2023, from <https://perpustakaan.upj.ac.id/>
- Nigar Pandrianto, G. G., & Pandrianto, N. (2018). Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement. *Jurnal Komunikasi*, 1-10.
- Pegadaian, P. (2020). Struktur Organisasi dan Tata Kerja Kantor Area. *Struktur Organisasi dan Tata Kerja Pengelolaan Terbaru Kantor Area*, 1 - 20.

- Pegadaian, P. (2022, Desember 20). *Visi dan Misi PT Pegadaian*. Retrieved from Pegadaian.co.id: <https://www.pegadaian.co.id/profil/visi-dan-misi>
- Pratama, I. W. (2023, Februari). Pelatihan Digital Marketing Untuk Pemasaran Desa Wisata di Kepulauan Wakatobi. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 2(1), 1 - 6. doi:<https://doi.org/10.59025/js.v2i1.60>
- Prischa Septiana Saputri, F. H. (2021, Agustus). Analisis Dan Pengembangan Konten Sosial Media Marketing Pada Instagram Telkom STO Dago Tahun 2021. *e-Proceeding of Applied Science*, 7(4), 1 - 14. Retrieved April 6, 2023, from <https://repository.telkomuniversity.ac.id>
- Puspasari, N. A., & Hermawati, T. (2018, Juni). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Komunikasi*, 2(2), 1 - 19. Retrieved April 1, 2023, from <https://www.jurnalkommas.com/docs/Jurnal%20D0216069.pdf>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019, Juni). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 1 - 10. Retrieved from <http://journal.uui.ac.id>
- Ramida, Mustari, Dinar, M., Supatminingsih, T., Nurdiana, & Ramida. (2022, Juni). Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kecamatan Polewali Kabupaten Polewali Mandar. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 3(1), 1 - 17. Retrieved April 6, 2023, from <https://ojs.unm.ac.id/JE3S>
- Rianty, & Eva. (2019, September). Implementasi Komunikasi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen*, 2(1), 1 - 37. Retrieved April 8, 2023, from https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/2052/8/UNIKOM_EVA%20RIANTY_BAB%20II.pdf
- Rianty, E. (2020). Implementasi Komunikasi Pemasaran Produk Prung Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Akademik*, 2 - 37.
- Riyanto, & Dwi, A. (2022, Maret 23). Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2022. *Indonesia Digital Report Data 2022*, 1 - 9. Retrieved from Andi.Link: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Rojabaturrohman, E., & Putri Pujiarti, L. S. (2020, Maret). Keterlibatan Media Sosial Sebagai Media Informasi Menjelang Pemilu 2019. *JPPHK (Jurnal Pendidikan Politik, Hukum, dan Kewarganegaraan) - Vol 10*, 10(1), 1 - 18. Retrieved April 6, 2023, from <https://jurnal.unsur.ac.id/jpphk/article/view/932>

- Sagita, G., & Wijaya, Z. R. (2022, September). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmie Tando 07. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Manajemen*, 1(3), 1 - 8. Retrieved April 6, 2023, from <https://journal.unimar-amni.ac.id/index.php/EBISMEN/article/view/37>
- Sugiyani, Y., Septarini, R. S., & Handayani, N. (2020). Manajemen Konten pada Media Sosial Sebagai Sarana Peningkatan Ekonomi Ibu Rumah Tangga. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin*, 2(1), 1 - 6. Retrieved Mei 18, 2023, from <https://jurnal.umt.ac.id/>