

## DAFTAR PUSTAKA

- Angelia, F., Riyantie, M., Firmansyah, B., & Dkk. (2019). *Komunikasi Lintas Era Book Series: Public Relations di Era Digital* (Vol. 1). Syiah Kuala University Press.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak.
- Annur, C. (2023, February 1). *Pengguna TikTok di Indonesia Meroket Tajam Semenjak Pandemi Covid-19*. Databoks.
- Ardiansah, I., & Maharani, A. (2020). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing : Potret Penggunaan Instagram sebagai Media Pemasaran Online pada Industri UKM* (1st ed.). CV Cendekia Press.
- Babbie, E. (2013). *Social Research Count*. Cengage Learning.
- Bening, B., & Kurniawati, L. (2019). The Influence of Content Marketing toward the Customer Engagement of Tokopedia Users in Yogyakarta. . *UST Jogja, 1*.
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. RajaGrafindo Persada.
- Chaffey, D., & Chadwick, F.-E. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice* (6th ed.). Pearson.
- Creswell, J. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Pustaka Pelajar.
- Elfrianto, H., & Lesmana, G. (2022). *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Pertama). UMSU Press.
- Firmansyah, M. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Qiara Media.
- Habar Kekinian. (2022, July 3). *3Mongkis Brand Lokal yang Sukses Sejajar Brand-brand Luar Negeri*. <https://habarkekinian.com/3Mongkis-Brand-Lokal-Yang-Sukses-Sejajar-Brand-Brand-Luar-Negeri/>.
- Hardiansyah, Z., & Pertiwi, W. (2023, October 6). *uduk Perkara TikTok Shop Tutup di Indonesia, Bukan Cuma Soal Larangan Transaksi*. <https://tekno.kompas.com/read/2023/10/05/14150057/Duduk-Perkara-Tiktok-Shop-Tutup-Di-Indonesia-Bukan-Cuma-Soal-Larangan-Transaksi?Page=all>.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Hidayatul Quran Kuningan.
- Jordan, R. (2021). STRATEGI PENGELOLAAN FACEBOOK ANTVLOVERS DALAM MEMBANGUN AUDIENCE ENGAGEMENT. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 2(1). <https://doi.org/10.33376/is.v2i1.533>

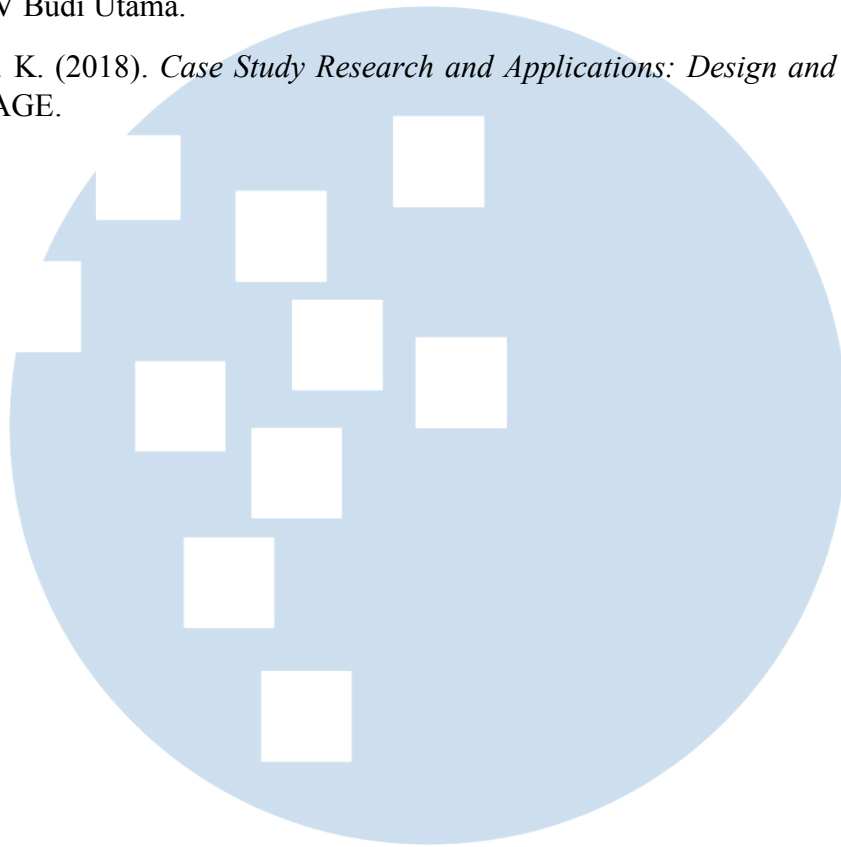
- Karr, D. (2016). *How to Map Your Content to Unpredictable Customer Journeys*. [http://contentmarketinginstitute.com/wp-content/uploads/2014/10/2015\\_B2C\\_Research.pdf](http://contentmarketinginstitute.com/wp-content/uploads/2014/10/2015_B2C_Research.pdf)
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *arketing 4.0 : Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Laporan Khusus Digital 2023*. (2023, November 19). We Are Social.
- Masrukhin, H. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Pertama). Media Ilmu Press.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mukhlis, I., Ratnawita, Oktaviani, D., Solihin, D., Agustiani, I., Akrom, N. K., Mardiana, S., & Riana, N. (2023). *Digital Marketing Strategy: Panduan Praktis & Strategi Pemasaran Digital Terkini* (1st ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Mussry, J., & Ridwansyah, A. (2019). *Pengusaha Juara*. Gramedia Pustaka Utama.
- Nofitasari, D., & Sardanto, R. (2023). Optimasi Strategi Content Marketing sebagai Upaya Meningkatkan Customer Engagement pada Akun Sablon Shift. *Jurnal Simki Economic*, 6(2), 475–485. <https://doi.org/10.29407/jse.v6i2.399>
- Palapah, M. A. O. (2020). Instagram Activation as a part of University Public Relations Social Media Orchestration. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 13(2), 217–232. <https://doi.org/10.29313/mediator.v13i2.6618>
- Pambayun, E., & Permasyanty, T. (2021). *An Integrated Marketing Communication Circle in 4.0 Era : Filosofi, Konsep, dan Implementasi*. Penerbit Adab.
- Pramitasari, L. (2023). *Keajaiban Copywriting : Seni Menjual Melalui Tulisan yang Memukau*. Anak Hebat Indonesia.
- Prasetyo, B., & Febriani, N. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi*. UB Press.
- Psikologi Indonesia, & Icampus Indonesia. (2023). *Rahasia Meraih Peluang Bisnis dengan TikTok Shop: Strategi Pemasaran dan Pengembangan Bisnis yang Efektif*. ANDI.
- Quesenberry, K., & Coolson, M. (2023). *Brand Storytelling: Integrated Marketing Communications for the Digital Media Landscape*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Ratnasari, I., Arnu, A. P., & Hannie. (2021). *Digital Marketing pada Start Up dan UMKM : Praktik Melakukan Pemasaran berbasis Digital Menuju UMKM*

*Tangguh, Kompetitif, dan Unggul Di Era Revolusi Industri 4.0.* Absolute Media.

- Rauf, A., Manullang, S. O., Ardiansyah, T. E., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., Muniarty, P., Firmansyah, H., Mundzir, A., Manalu, V. G., Depari, G. S., Rahajeng, E., Apriyanti, M. D., Riorini, S. V., & Yahawi, S. H. (2021). *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*. Penerbit Insania.
- Santoso, A., Baihaqi, I., & Persada, S. (2017). Pengaruh Konten Post Instagram terhadap Online Engagement: Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita. *Jurnal Teknis ITS*, 6. <https://media.neliti.com/media/publications/193101-ID-pengaruh-konten-post-instagram-terhadap.pdf>
- Saraswati, D. A., & Hastasari, C. (2020). Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co Dalam Mempertahankan Brand Engagement. *Biokultur*, 9(2), 152. <https://doi.org/10.20473/bk.v9i2.22980>
- Satori, D., & Komariah, A. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Septiani, F. (2022). *Dasar-dasar Pemasaran Digital*. Cipta Media Nusantara.
- Setiawan, I., & Savitry, Y. (2016). *New Content Marketing: Gaya Baru Pemasaran Era Digital*. Gramedia Pustaka Utama.
- Setiawan, M. R., & Rachmawati, I. (2019). Strategi Digital Content Marketing Eiger Melalui Media Sosial Instagram. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 5.
- Setyorini, R., & Fadillah, S. (2021). Analisis Implementasi Strategi Content Marketing dalam Menciptakan Customer Engagement di Media Sosial Instagram Wakaf Daarut Tauhid Bandung. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat*, 15.
- Smesco Indonesia. (2021, June 9). *10 Juta Pengguna Aktif TikTok di Indonesia Menjadi Target Market Yang Bagus untuk Memasarkan Produk UKM*. <https://smesco.go.id/berita/program-maju-bareng-tiktok>.
- Sudaryo, Y., Sofiati, N. A., Yosep, M. A., & Nurdiansyah, B. (2020). *igital Marketing dan Fintech di Indonesia*. ANDI.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Remaja Rosdakarya.
- Syahputra, D. M., & Widhiandono, D. (2023). Content Marketing Sebagai Strategi Meraih Engagement Tinggi Melalui Media Sosial (Studi Kasus pada Instagram @harian.disway Surabaya). *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi*, 03(04).
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social Media Marketing* (3rd ed.). SAGE.

Wulandari, D. P., & Pasaribu. (2023). *Pemasaran Digital untuk Bisnis Hospitality*. CV Budi Utama.

Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. SAGE.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA