

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2024). Ada 185 Juta Pengguna Internet di Indonesia pada Januari 2024.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/27/ada-185-juta-pengguna-internet-di-indonesia-pada-januari-2024#:~:text=Ada%20185%20Juta%20Pengguna%20Internet%20di%20Indonesia%20pada%20Januari%202024,-Teknologi%20%26%20Telekomunikasi&text=No.&text=Men>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson Education.
- Guswindari, R., & Putri, A. S. (2020). *Pengertian Caption dalam Bahasa Inggris dan Contohnya*.
- Handayani, A., & Djatmiko, R. F. (2015). *Strategi Membangun Kemitraan yang Efektif..*
- Kerpen, D. (2015). *Likeable Social Media: How to Delight Your Customers, Create an Irresistible Brand, and Be Generally Amazing on Facebook (and Other Social Networks)*. McGraw-Hill Education.
- Kontribusi UMKM dalam Perekonomian Indonesia*. (2023, June 27). DJPb. Retrieved April 4, 2024, from <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomian-indonesia.html>
- Mastuti, I. (2018). *The Power of Content Marketing. Pemasaran Digital Indonesia*.
- Muhamad, N. (2023, 10 13). Usaha Mikro Tetap Merajai UMKM, Berapa Jumlahnya?
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/13/usaha-mikro-tetap-merajai-umkm-berapa-jumlahnya#:~:text=Belum%20punya%20akun%3F,Daftar%20sekarang%2C%20>

GRATIS!&text=Kementerian%20Koperasi%20dan%20Usaha%20Kecil,UMKM

Nurasmi, Wahida, A., & Mamming, R. (2023). PERAN MEDIA SOSIAL DAN E-

COMMERCE BAGI UMKM DALAM MENINGKATKAN VOLUME

PENJUALAN. *Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6.

<https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/download/962/540>

Romeltea. (2022). Perbedaan Media Online dan Media Digital.

<https://romeltea.com/perbedaan-media-online-dan-media-digital/>

Shaid, N. J., & Idris, M. (2023, 09 20). Pengertian UMKM, Kriteria, Ciri dan Contohnya

Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul "Pengertian UMKM, Kriteria, Ciri dan Contohnya", Klik untuk baca:

<https://money.kompas.com/read/2022/01/19/051518426/pengertian-umkm-kriteria-ciri-dan-contoh>.

Sugiyono, & Hadi, S. (2021). *EKSISTENSI MEDIA ONLINE MEDIAKITA.INFO*

MELALUI PENDAMPINGAN BERKELANJUTAN.

<https://repository.stkipacitan.ac.id/id/eprint/1022/>

Sundawa, Y. A., & Trigartanti, W. (2018). Fenomena Content Creator di Era Digital.

Prosiding Hubungan Masyarakat, 1.

Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social Media Marketing*. Sage Publications.

UUMN