

## Daftar Pustaka

- Ahmad, Z. I. (2022). *Model 5S Digital Marketing yang Wajib Kamu Ketahui!* Gamelab Indonesia. <https://www.gamelab.id/news/1845-model-5s-digital-marketing-yang-wajib-kamu-ketahui>
- Ambarita, J., & Yuniati, E. (2021). Blog Interaktif Berbasis Literasi Digital Sebagai Media Kampanye Moderasi Beragama Bagi Generasi Milenial. *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan*, 15(2), 130-144.
- Ansa, G. A., & Susanti, A. (2023). Penerapan Komunikasi Pemasaran Digital Menggunakan Model Sostac dalam Mempromosikan Hijab Amalia Collection melalui Instagram. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 1(1), 15-15.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*, 8th ed. London: Pearson
- Dyah, A. R. (2021) *Pengaruh Motif Dan Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Eksistensi Diri Remaja Muslimah Di Kota Kediri*. Undergraduate (S1) thesis, IAIN Kediri.
- Fauziyah, R. N. (2022). Analisa SWOT: Pengertian, Manfaat, Tujuan, dan Cara Penggunaan. Gramedia  
Blog. <https://www.gramedia.com/best-seller/analisa-swot/>
- Hadi, W. R., & Putri, B. P. S. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Omme Event Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membangun Awareness Masyarakat Di Era Pandemi. *eProceedings of Management*, 9(4).
- Hari, D. G., Oktariza, Y., & Herli, M. A. (2021). Workshop Kartu Kuartet dan Donasi Buku di Panti Asuhan Darul Ilmi Pekanbaru. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 5(1), 115- 121.
- Humas Indonesia. (2024). *Mengenal 3 Jenis Kampanye*. <https://www.humasindonesia.id/berita/mengenal-3-jenis-kampanye-2144>
- Jeremiah, S. A. (2023) *Perancangan Event Prakarya Bambu sebagai Bentuk Penguatan Resiliensi di Wilayah Rawan Bencana*. MBKM thesis, Universitas

- Multimedia Nusantara.
- Kartikasari, Y. (2015) *Kelayakan Isi Dan Bahasa Pada Buku Teks Bupena Bahasa Indonesia Kelas VII Karya Ima Rohimah*. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung.
- Kominfo. (2018). *Gaet Influencer, Kampanye Literasi Digital Sabet Penghargaan MarkPlus*. [https://www.kominfo.go.id/content/detail/12738/gaet-influencer-kampanye-literasi-digital-sabet-penghargaan-markplus/0/berita\\_satker](https://www.kominfo.go.id/content/detail/12738/gaet-influencer-kampanye-literasi-digital-sabet-penghargaan-markplus/0/berita_satker)
- Martins, P. D. (2022). *Pemanfaatan Digital Marketing Menggunakan Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Online Pada PT Benelli Perkasa Motor Pusat Surabaya* (Doctoral dissertation, Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya).
- Mario, H. (2021) *Pengaruh Social Media Marketing Merek Billionaires Project Terhadap Keputusan Pembelian: Survei Pada Followers @Billionairesproject*. Bachelor Thesis thesis, Universitas Multimedia Nusantara.
- Meodia, A. (2020). *5 Media sosial paling populer di dunia pada Q2 2020*. Antaranews. <https://www.antaranews.com/berita/1678882/5-media-sosial-paling-populer-di-dunia-pada-q2-2020>
- Mochtar, M., & Ds, M. (2019). *Perancangan Kampanye Sosial Tentang Manfaat Olahraga Di Sela Waktu Kerja Bagi Pegawai Kantoran*. (Doctoral dissertation, Desain Komunikasi Visual, Universitas Pasundan).
- Rebeca, A. W. (2023) *Perancangan Kampanye Digital untuk Promosi Digital Sanggar Kriya Bambu Lokacipta Nawasena*. MBKM thesis, Universitas Multimedia Nusantara.
- Saad, M. Z. M., & Yusuf, M. H. (2019). Cultural Adaptation: The Impact of Social Media Toward Uses and Gratification. *Journal of Techno-Social*, 11(1).
- Setiawan, E., Syaripudin, U., & Gerhana, Y. A. (2016). Implementasi Teknologi augmented reality pada buku panduan wudhu berbasis mobile android. *Jurnal Online Informatika*, 1(1), 28-33.
- Shavira, P. A. (2020). Antropomorfisme Brand: Kampanye Digital Pencegahan Covid-19 Oleh Traveloka. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 125- 140.
- Instiki. (2022). *Masih Pentingkah Buku di Jaman Sekarang?*. <https://instiki.ac.id/2022/10/08/masih-pentingkah-buku-di-jaman-sekarang>