

DAFTAR PUSTAKA

- Adhia, H. (2024). ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE DALAM KAMPANYE DIGITAL LAGU “DIRI” UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN PENTINGNYA SELF-ESTEEM PADA INDIVIDU DEWASA AWAL (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).
- Adzhari, D. G., Sigit, A. A., Aditya, B. H., & Sari, E. P. S. P. (2022). Jejaring Sosial sebagai Wadah Pengenalan Wawasan Nusantara Era Digital di Kawasan Gunungpati Semarang. *Jurnal Implementasi*, 2(2), 128-136.
- Andjarwati, T. (2015). Motivasi dari sudut pandang teori hirarki kebutuhan Maslow, teori dua faktor Herzberg, teori xy Mc Gregor, dan teori motivasi prestasi Mc Clelland. *JMM17: Jurnal Ilmu ekonomi dan manajemen*, 2(01).
- Annur, C. M. (2024, February 16). *Indonesia Masuk Top 10 Negara Paling Betah Main Medsos*. Katadata.co.id; Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/fb49433d0cb0433/indonesia-masuk-top-10-negara-paling-betah-main-medsos>
- Arianita, V. B. J., Roosinda, F. W., & Ekantoro, J. (2021). Kampanye Digital pada Instagram@ Perhumas_Indonesia melalui# IndonesiaBicaraBaik dalam Mewujudkan Masyarakat 5.0. *INTELEKTUAL (E-Journal Administrasi Publik dan Ilmu Komunikasi)*, 8(2), 113-122.
- Balya, T., Pratiwi, S., & Prabudi, R. (2018). Literasi media digital pada penggunaan gadget (studi deskriptif penggunaan gadget pada siswa SMK broadcasting bina creative medan yang berdampak pada pergeseran nilai kearifan lokal). *JURNAL SIMBOLIKA Research and Learning in Communication Study*, 4(2), 173-187.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing* (8th ed.). Pearson Education Limited.
- Chaffey, D., & Smith, P. (2022). *DIGITAL MARKETING EXCELLENCE : planning, optimizing and integrating online marketing*. Routledge.
- Chakti, G. (2019). *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital* (Vol. 1). Celebes Media Perkasa.
- Cupiał, M., Szelaġ-Sikora, A., Sikora, J., Rorat, J., & Niemiec, M. (2018). Information technology tools in corporate knowledge management. *Ekonomia i prawo. Economics and law*, 17(1), 5-15.
- Eagle, L., Czarnecka, B., Dahl, S., & Lloyd, J. (2020). *Marketing communications*. Routledge.

- Erwin, E., Ardyan, E., Ilyas, A., Ariasih, M. P., Nawir, F., Sovianti, R., ... & Munizu, M. (2023). *DIGITAL MARKETING: Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Firdausi, T. I., & Putri, K. Y. S. (2021). Motif dan Kepuasan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unj Angkatan 2019 Dalam Menggunakan Media Sosial Instagram. *Jurnal Common*, 5(1), 67-76.
- Fitriani, Y. (2017). Analisis pemanfaatan berbagai media sosial sebagai sarana penyebaran informasi bagi masyarakat. *Paradigma*, 19(2), 148-152.
- Gass, R. H., & Seiter, J. S. (2022). *Persuasion: Social influence and compliance gaining*. Routledge.
- Handley, A., & Chapman, C. C. (2018). *CONTENT RULES : how to create killer blogs, podcasts, videos, ebooks, webinars (and more) ... that engage customers and ignite your business*. John Wiley & Sons, Inc.
- Heryanto, O., Hadisiwi, P., & Kuswarno, E. (2021). Iklim Komunikasi WFH (Work From Home) Dalam Penyusunan Berita Resmi Statistik. *KOMUNIKASI, ADAPTASI, DAN PELUANG ORGANISASI*, 79.
- Januardani, F. D., Andayani, W., Simanjuntak, E. R., Nurdiansyah, H., Widyanti, O. N., Van Marsally, S., ... & Satrio, V. (2023). *DIGITAL MARKETING: Teori dan Implementasi Strategi Digital Marketing*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- jogjaprov.go.id. (2024). *Tahukah Kamu - Makna dari Nasi Tumpeng*. Jogjaprov.go.id.
<https://paniradyakaistimewan.jogjaprov.go.id/informasi/tahukah-kamu-makna-dari-nasi-tumpeng>
- Kemp, S. (2024). Digital 2024: Indonesia. In *datareportal.com*.
<https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Prentice Hall.
- Kross, E., Verduyn, P., Demiralp, E., Park, J., Lee, D. S., Lin, N., Shablack, H., Jonides, J., & Ybarra, O. (2013). Facebook Use Predicts Declines in Subjective Well-Being in Young Adults. *PLoS ONE*, 8(8).
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0069841>
- Maduratna, E. S., Gunarso, S., Aladdin, Y. A., Fathiyah, F., & Herlinah, H. (2024). *BUKU REFERENSI ILMU KOMUNIKASI: Panduan Praktis Sukses Berkomunikasi pada Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Masitha, R. U., & Bonita, E. A. E. (2019). Pengaruh Digital Campaign Web Series Sore Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Awareness Tropicana Slim Stevia Di Kalangan Remaja-Dewasa Muda. *Jurnal Riset Komunikasi*, 2(2), 149-156.

- Meylasari, U. S., & Qamari, I. N. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi knowledge sharing dalam implementasi e learning. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(2), 238-263.
- Musman, A. (2023). *The Art of Copywriting: Cara Mudah Mendapatkan Konsumen dan Mencetak Cuan di Atas Rata-rata*. Anak Hebat Indonesia.
- Musman, A. (2023). *The Art of Copywriting: Cara Mudah Mendapatkan Konsumen dan Mencetak Cuan di Atas Rata-rata*. Anak Hebat Indonesia.
- Patandean, D. (2024). *PEMAHAMAN LITERASI DIGITAL DI KALANGAN MAHASISWA PRODI PBSI DALAM Mencari Berita* (Doctoral dissertation, Universitas Kristen Indonesia Toraja).
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212-231.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
- Sari, O. H., Rukmana, A. Y., Munizu, M., Novel, N. J. A., Salam, M. F., Hakim, R. M. A., ... & Purbasari, R. (2023). *DIGITAL MARKETING: Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Shimp, T. A., & J Craig Andrews. (2017). *Advertising, Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*. Cengage.
- Siagian, M., Kom, S., Sunargo, S. E., Khoiri, M., Rustam, T. A., & Wasiman, S. E. (2022). *Pengantar Manajemen (Vol. 1)*. CV BATAM PUBLISHER.
- Sijabat, R., Caroline, F., Sitingjak, B. M., Saragih, L. S., & Putriku, A. E. (2024). Strategi pemasaran dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi guna meningkatkan pemasaran secara global. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, dan Perpajakan (JEAP)*, 1(3), 21-33.
- Silitonga, P. D., Waruwu, R., & Lombu, K. S. (2022). Literasi Digital untuk Meningkatkan Kualitas Pembelajaran di Sekolah Dasar Negeri 156487 Siramiraman. *ULEAD: Jurnal E-Pengabdian*, 72-76.
- Solihin, O., Muslim, M., & Sari, I. U. (2022). Kerangka Kerja Social Behavior and Change Communication (SBCC) Pada Komunikasi Kesehatan. *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 2(4), 23-39.
- Srisadono, W. (2018). Strategi perusahaan e-commerce membangun brand community di media sosial dalam meningkatkan omset penjualan. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(1), 167-179.
- St Sularto. (2016). *Syukur Tiada Akhir*. Penerbit Buku Kompas.
- Taufik, I. Y. (2024). *PERBEDAAN BUDAYA DALAM KOMUNIKASI*. Komunikasi Sosial dan Lintas Budaya.

- Tutiasri, R. P., Santoso, W., & Rahmawati, A. (2021). Pemanfaatan Whatsapp Grup Sebagai Media Komunikasi Di Daerah Pedesaan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 79-92.
- Ulum, M. C. (2016). *Perilaku organisasi menuju orientasi pemberdayaan*. Universitas Brawijaya Press.
- Utama, D. Z. M., & SE, M. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Konsep Dasar Dan Teori*. Unj Press.
- Valiant, V., Ekowati, S., Januar, K., Oisina, I. V., Meisyanti, M., & Kencana, W. H. (2022). Sosialisasi Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Kampanye Lingkungan di Bank Sampah Hijau Selaras Mandiri. *Media Abdimas*, 1(2), 24-28.
- Wheeler, A., & Meyerson, R. (2024). *Designing Brand Identity*. Wiley.
- Widyastuti, Dominica A. (2020) *Panduan dalam Penerapan Pemasaran Digital Melalui Media Sosial pada Usaha Mikro*. Universitas Bakrie. (Unpublished)
- Worth, S. (2016). *Studying visual communication*. University of Pennsylvania Press.

Referensi Tambahan Pasca Revisi

References

- 7 Unsur Kebudayaan Menurut Koentjaraningrat Halaman all - Kompas.com.*
(2023, January 24). KOMPAS.com; Kompas.com.
<https://www.kompas.com/skola/read/2023/01/24/220000369/7-unsur-kebudayaan-menurut-koentjaraningrat?page=all>
- Arsanti, M., & Setiana, N. (2020). *Pudarnya Pesona Bahasa Indonesia di Media Sosial (Sebuah Kajian Sociolinguistik Penggunaan Bahasa Indonesia)*.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). *Advertising and promotion: an integrated marketing communications perspective* (12th ed.). New York McGraw-Hill Education.

- Brereton. (2024). *Mastering 5C Analysis: A Comprehensive Guide for Business Success*. Launchnotes.com. <https://www.launchnotes.com/blog/mastering-5c-analysis-a-comprehensive-guide-for-business-success>
- brilio.net. (2024, December 11). *Viral berikan tips kuliah di luar negeri, Stella Christie bilang gini soal kualitas PT dalam negeri*. Brilio.net. <https://www.brilio.net/serius/viral-berikan-tips-kuliah-di-luar-negeri-stella-christie-bilang-gini-soal-kualitas-pt-dalam-negeri-241211p.html>
- Fisher, R. (2020, September 16). *The Subtle Ways That “Clicktivism” Shapes the World*. Wwww.bbc.com. <https://www.bbc.com/future/article/20200915-the-subtle-ways-that-clicktivism-shapes-the-world>
- Freelon, D., Marwick, A., & Kreiss, D. (2020). False equivalencies: Online activism from left to right. *Science*, 369(6508), 1197–1201. <https://doi.org/10.1126/science.abb2428>
- Makarand Utpat. (2023, November 22). *The Power of Consistency: How Regular Content Can Drive Followers on YouTube*. Makarand Utpat. <https://makarandutpat.com/the-power-of-consistency-how-regular-content-can-drive-followers-on-youtube>
- Pekan Kreativitas Nusantara 2024 (@pekantara.umn) • Instagram photos and videos*. (2024). Instagram.com. <https://www.instagram.com/pekantara.umn/>
- Pesurnay, A. J. (2018). Local Wisdom in a New Paradigm: Applying System Theory to the Study of Local Culture in Indonesia. *IOP Conference Series:*

Earth and Environmental Science, 175, 012037.

<https://doi.org/10.1088/1755-1315/175/1/012037>

Profil Lengkap UMN. (2022, July 5). Umn.ac.id; Universitas Multimedia

Nusantara. <https://www.umn.ac.id/profil-lengkap-umn/>

Qadariah, M. (2021). *Pentingnya Wawasan Nusantara Sebagai Satu Kesatuan di*

Generasi Sekarang. <https://doi.org/10.31219/osf.io/92y6k>

Silaban, V. W. S., Simanjuntak, H., & Sitohang, T. (2022). Analisis Penggunaan

Bahasa Indonesia yang Baik dan Benar dalam Penulisan Teks Prosedur di

SMP Negeri 1 Tigalingga. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(10),

4384–4391. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i10.1025>

Simpson, J. (2019, February 11). Why Content Consistency Is Key To Your

Marketing Strategy. *Forbes*.

[https://www.forbes.com/councils/forbesagencycouncil/2019/02/11/why-](https://www.forbes.com/councils/forbesagencycouncil/2019/02/11/why-content-consistency-is-key-to-your-marketing-strategy/)

[content-consistency-is-key-to-your-marketing-strategy/](https://www.forbes.com/councils/forbesagencycouncil/2019/02/11/why-content-consistency-is-key-to-your-marketing-strategy/)

UMN Bergabung dalam Upaya Nasional Memperkuat Kesiapsiagaan Tsunami.

(2024, November 29). Universitas Multimedia Nusantara.

[https://www.umn.ac.id/umn-bergabung-dalam-upaya-nasional-](https://www.umn.ac.id/umn-bergabung-dalam-upaya-nasional-memperkuat-kesiapsiagaan-tsunami/)

[memperkuat-kesiapsiagaan-tsunami/](https://www.umn.ac.id/umn-bergabung-dalam-upaya-nasional-memperkuat-kesiapsiagaan-tsunami/)

Yayasan Multimedia Nusantara Terus “Memperlebar Sayap” di Dunia

Pendidikan. (2024, October 28). Universitas Multimedia Nusantara.

[https://www.umn.ac.id/yayasan-multimedia-nusantara-terus-memperlebar-](https://www.umn.ac.id/yayasan-multimedia-nusantara-terus-memperlebar-sayap-di-dunia-pendidikan/)

[sayap-di-dunia-pendidikan/](https://www.umn.ac.id/yayasan-multimedia-nusantara-terus-memperlebar-sayap-di-dunia-pendidikan/)