

DAFTAR PUSTAKA

- Aries, A. (2024). Strategic Communication of Local Government. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 216–227.
<https://doi.org/10.30656/lontar.v12i1.8216>
- Ariyani, A., & Fauzi, A. (2022). *Pembuatan Media Promosi Berbasis Website Dengan Aplikasi Cms Wordpress Untuk Menarik Minat Beli*. 2001, 127–132.
<http://jurnal.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/1228/936>
- Government of South Australia. (2020). *Marketing Communications Guidelines*.
https://www.dpc.sa.gov.au/__data/assets/pdf_file/0009/294804/Marketing-Communications-Guidelines.pdf
- Julianti, I., & Delliana, S. (2020). Rebel Together Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Madformakeup Di Tengah Pandemi COVID-19. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 207–228.
<https://doi.org/10.15575/cjik.v4i2.9686>
- Kede, A. (2025). *How AI-Based Media Monitoring Tools Re-examined the field of Public Relations*. 2(2), 140–155.
- Maulida Sari, C. D., & Setiyana, R. (2020). Sosialisasi Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti Teuku Umar*, 2(1), 63.
<https://doi.org/10.35308/baktiku.v2i1.2050>
- Muhammad, B. L., & Utami, T. L. W. (2023). Penerapan Pemasaran Digital Sebagai Media Promosi. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technollog*, 2(1), 1–8. <https://journal.unimma.ac.id>
- Prawityasari, A., Nabila, A. P., & Hutagalung, Y. B. (2022). Strategi Komunikasi Media Sosial dalam Meningkatkan Citra Merk. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(2), 938. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i2.2101>

- Prihantono, D. N. (2019). Komunikasi Bisnis Berorientasi Pelanggan Di Perusahaan Distribusi. *Jurnal Audience*, 1(2), 123–143.
<https://doi.org/10.33633/ja.v1i2.2687>
- Putri, K. T., & Sanjiwani, P. K. (2022). Penggunaan Instagram sebagai Strategi dalam Menarik Minat Wisatawan saat Pandemi COVID-19 di Jakarta Aquarium, Indonesia. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 10(2), 180.
<https://doi.org/10.24843/jdepar.2022.v10.i02.p03>
- Sukmasetya, P. (2022). Education Management Information System: Kebijakan, Perencanaan dan Implementasi (Exploratory Study). *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi (JISI)*, 1(1), 19–29. <https://doi.org/10.24127/jisi.v1i1.1952>
- Thaib, E. J. (2020). Hoax in Social Media and It ' S Threats. *Proceeding of International Conference on Da 'wa and Comunication*, 259–269.
- Yumiarti, Y., & Komalasari, B. (2020). Pemanfaatan Internet dan Agenda Setting Media Massa. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 5(1), 69.
<https://doi.org/10.29240/jdk.v5i1.1610>
- Mukaromah, M. (2022). Pola Penyusunan Pesan Di Media Instagram Terkait Destinasi Wisata Semarang Dimasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Komunikasi*, 16(1), 1–13. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v16i1.13627>
- Ardian Setio Utomo, & Diyah Ayu Karunianingsih. (2020). Etika Komunikasi Publik Bagi Humas Pemerintah Dalam Bermedia Sosial. *Jurnal Heritage*, 8(2), 127–144. <https://doi.org/10.35891/heritage.v8i2.2077>
- Sari, M., & Kurnia, P. R. (2017). Strategi Promosi Above the Line Produk Minuman Root Beer – the Groovy Taste® Di Wilayah Jabodetabek (2010-2011). *Journal of Management and Business Review*, 8(1), 34–55.
<https://doi.org/10.34149/jmbr.v8i1.87>