

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2023). *Digital marketing excellence: Planning, optimizing and integrating online marketing* (6th ed.). Routledge.
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Universitas Brawijaya Press.
- Gugus Mitigasi Lebak Selatan. (n.d.). Retrieved from <https://www.gmls.org/>
- Maeskina, M. M., & Hidayat, D. (2021). IPPAR model pendekatan content creator dalam mempertahankan reputasi di media Snack Video. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 161–184.
<https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/cjik/article/view/14624>
- Mikolajczyk, K., & Hu, N. (2025). Average engagement rates for 12 industries. *Blog Hootsuite*. <https://blog.hootsuite.com/average-engagement-rates>
- Patrick, J. (2020, September 28). Mengenal gempa megathrust pemicu tsunami 20 meter di Jawa. *CNN Indonesia*.
<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200928132926-199-551812/mengenal-gempa-megathrust-pemicu-tsunami-20-meter-di-jawa>
- Prastiwi, D. (2024, February 27). 5 fakta terkait gempa magnitudo 5,7 yang guncang Bayah Banten pada Minggu 25 Februari 2024. *Liputan6.com*.
<https://www.liputan6.com/news/read/5537343/5-fakta-terkait-gempa-magnitudo-57-yang-guncang-bayah-banten-pada-minggu-25-februari-2024?page=2>
- Putri, L. T., Rahmawati, R., Salis, M., & Ikhsan, A. (2023). Digital marketing exploitation training in an effort to increase the potential selling power of female UMKM in Pekanbaru City. *Indonesian Journal of Advanced Social Works*, 2(6), 447–454.
- Rais, L. N. (2021). Analisis bencana gempa bumi dan mitigasi bencana di daerah Kertasari. *Jurnal Samudra Geografi*, 4(2), 14–19.
<https://doi.org/10.33059/jsg.v4i2.3773>
- Sari, S. Y. P. (2024). *Pengaruh daya tarik produk yang dikomunikasikan melalui konten akun Instagram @jogjamu.id terhadap citra merek Jogjamu* (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Setyaningrum, P. (2024, May 18). Mengenal megathrust dan hubungannya dengan potensi gempa dan tsunami di Indonesia. *Kompas.com*.
<https://regional.kompas.com/read/2024/05/18/232435878/mengenal-megathrust-dan-hubungannya-dengan-potensi-gempa-dan-tsunami-di?page=all>

Subekti, P., Hafiar, H., & Bakti, I. (2020). Penggunaan Instagram oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah untuk mengoptimalkan destination branding Pangandaran. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 45–63.

Suryadi, N., Hakim, A., & Fasieh, M. F. I. (2023). Social media marketing training to support Gen Z entrepreneurs in Malang City. *Sasambo: Jurnal Abdimas*, 5(4), 665–673. <https://doi.org/10.36312/sasambo.v5i4.1502>

We Are Social. (2025, February). *Digital 2025*.
<https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>

Wibowo, S. M., & Junaedi, F. (2023). Content pillar and content planning management on the Twitter account of the sports development institute – Muhammadiyah central board. *Symposium of Literature, Culture, and Communication (SYLECTION)*, 3(1), 98–105.
<https://doi.org/10.12928/sylection.v3i1.13946>

Yulianti, P., Fahmy, R., Rahman, H., & Rivai, H. A. (2023). Analisis knowledge management menggunakan model big data di media sosial UMKM. *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 13(1), 24–39.

