

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Brody, E. W. (1990). *Communication tomorrow : new audiens, new technologies, new media*. New York: Praeger Publisher.
- Fill, Chris. (1995). *Marketing Communications : frameworks, theories, and applications*. Trowbridge: Prentice Hall International.
- J W.Creswell. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Tradition*. London: SAGE Publications, hlm. 37-38
- Messaris, P & Humphreys, L. (2006). *Digital media : transformation in human communication*. New York: Peter Lang Publishing.
- Miles & Huberman. (2002). *The Qualitative Researcher's Companion*. London: SAGE Publications.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian. Literasi Media Publishing*.
- Smith, P.R & Ze Zook, 2011, *Marketing Communications: Integrated Offline and Online with Social Media*.USA, Kogen Page.
- Varey, Richard J. (2002). *Marketing Communication: Principles and practice*. London: Routledge.
- Weber, L. (2011). *Everywhere: comprehensive digital business strategy for the social media era*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Wood, Andrew F & Smith, Matthew J. (2001). *Online Communication : linking technology, identity, and culture*. USA: Lawrence Erlbaum Associate.

### Jurnal

- Amanah, D., & Harahap, D. A. (2018). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Perusahaan terhadap Kesadaran Merek Pelanggan. *Jurnal*

*Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management, 11(3), 207.*

- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana, 9(1), 140-157.*
- Gunawan, R., & Toni, A. (2022). Strategi Komunikasi Publik Kemenkes RI Dalam Membangun Kesadaran dan Partisipasi Masyarakat Untuk Vaksinasi Covid-19 Melalui Model SOSTAC. *Jurnal Komunikasi, 16(1), 52-73.*
- Hamzah, R. E. (2018). Web Series sebagai komunikasi pemasaran digital Traveloka. *Jurnal pustaka komunikasi, 1(2), 361-374.*
- Joyosemito, I. S., & Nasir, N. M. (2021). Gelombang kedua pandemi menuju endemi covid-19: Analisis kebijakan vaksinasi dan pembatasan kegiatan masyarakat di Indonesia. *Jurnal Sains Teknologi Dalam Pemberdayaan Masyarakat, 2(1), 55-66.*
- Komalasari, R. (2020). Manfaat teknologi informasi dan komunikasi di masa pandemi covid 19. *Tematik: Jurnal Teknologi Informasi Komunikasi (e-Journal), 7(1), 38-50.*
- Kurniawati, J., & Baroroh, S. (2016). Literasi media digital mahasiswa universitas muhammadiyah bengkulu. *Jurnal Komunikator, 8(2), 51-66.*
- Leon, W., et.all. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Internasional dan Komunikasi Pemasaran dalam Kegiatan Ekspansi PT. Sat Nusapersada, Tbk ke Negara Thailand. *Jurnal Mirai Manajemen. 7(1), 164-172.*
- Mahafani, D F. (2021). Analisis Perilaku Generasi Milenial Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Saham Di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Multidisciplinary Studies. 5(1), 122 – 140.*
- Mahase, E. (2021). *Delta variant: What is happening with transmission, hospital admissions, and restrictions?* BMJ (Clinical Research Ed.),

373(June),

n1513.

<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1136/bmj.n1513>

- Meilani, M. (2014). Berbudaya melalui media digital. *Humaniora*, 5(2), 1009-1014.
- Nursatyo. & Rosliani, D. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Situs Perbandingan Harga Telunjuk.Com. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 1(2), 46-67.
- Putri, N. B. & Ardhanariswari, K. A. (2020). Sinergitas Marketing dan Promotional Mix dalam Konsep Sustainable Tourism sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 18(1), 85-94.
- Rahadi, D. R. (2017). Sosial media marketing dalam mewujudkan E-marketing. *KNTIA*, 4.
- Ratnamulyani, I. A., & Maksudi, B. I. (2018). Peran Media Sosial Dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar Di Kabupaten Bogor. *Sosiohumaniora*, 20(2), 154-161.
- Rizali, A. (2020). Eksistensi dan Strategi Pengembangan Saham Syariah di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Islam*, 13.
- Sari, E. K. & Tambunan, K. (2021). Kondisi Pasar Uang Pada Masa Pandemi Covid-19. *Journal Of Management, Accounting, Economic and Business*. 2(4), 588 – 602.
- Sari, Y., & Utami, N. W. (2021). Komunikasi Pemasaran Digital sebagai Tantangan Teknologi. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 1(1), 1-14.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2).

- Sucipto, K. R. R., & Yahya, A. F. (2022). Strategi komunikasi pemasaran digital subway indonesia melalui reels instagram@ subway. indonesia. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(1), 068-078.
- Sujatno, E. L., Mewengkang, A., & Takaredase, A. (2021). Pengaruh Model Pembelajaran Berbasis Masalah Terhadap Hasil Belajar Simulasi Dan Komunikasi Digital Siswa SMK. *Edutik: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 1(5), 567-580.
- Supangat, S. (2021). PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING PT BUKA LAPAK DALAM MENGEMBANGKAN UMKM MELALUI MARKETPLACE. *PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING PT BUKA LAPAK DALAM MENGEMBANGKAN UMKM MELALUI MARKETPLACE*.
- Tambunan, Diana & Hendarsih, I. (2022). Waspada Investasi Ilegal di Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*. 20(1), 108 – 113.
- Thaharrah, E., Muchtar, A. M., Zulmaita. (2021). Strategi Edukasi Pasar Modal di Era Pandemi Kepada *Millenial* Indonesia Tahun 2021. *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)*. 7(2), 82 – 89.
- Wahidmurni, W. (2017). Pemaparan metode penelitian kualitatif.
- Yamali, F. R., & Putri, R. N. (2020). Dampak covid-19 terhadap ekonomi indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(2), 384-388.
- Yasuha, J. X. L., & Saifi, M. (2017). Analisis Kelayakan Investasi Atas Rencana Penambahan Aktiva Tetap (Studi Kasus pada PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero) Cabang Tanjung Perak Terminal Nilam). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 46(1).