

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna, Ed.). Syakir Media Press.
- Abi, W. N. Y., Theresa, F., Lumumba Siahaan, P., Rifki, M. A., Gea, W., Siregar, O. M., & Sitorus, U. S. (2024). *Cantaka: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*.
- Agrina, V. D., Ariza, P. R., Glory, J. B., Melanda, & Maldin, S. A. (2025). *Communication's Impact On Team Collaboration In Culinary And Tourism Enterprises*. 4.
- Agustin, C. K., & Wijaksono, D. S. (2022). *Analisis Strategi Komunikasi Program Internship Ddb Telkom Dalam Minat Mahasiswa Bergabung Ke Pt Telkom Indonesia*. [Http://jiip.stkipyapisdampu.ac.id](http://jiip.stkipyapisdampu.ac.id)
- Ahda, M. H., & Adli. (2023). *Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Pada Batik Malai* (Vol. 6). [Https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/jks](https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/jks)
- Akmal, M. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran Grab Dalam Mempertahankan Loyalitas Mitra Grabcar Melalui Program Komunitas Sahabat Grab Club*. Universitas Mercu Buana.
- Alfarisi, H. B., & Arianto, O. D. (2025). Strategi Community-Based Marketing Toko Buku Warung Sastra Yogyakarta Dalam Membentuk Brand Loyalty. In *The Commercium* (Vol. 9, Issue 1).
- Amalia, R. R. (2025). *Manfaat Membangun Komunitas Digital Bagi Keberhasilan Produk Niche*.
- Amellia, A. R., Sari, A. E., Zulfiqor, A. A., Cahyo, N. G., & Nisa, P. K. (2024). *Pola Interaksi Online Pengguna X Terhadap Komunitas "Marah-Marah" Di Platform X*.
- Anisah, H., Humairoh, N., & Pinandito, A. (2023). *Pengaruh Bootcamp Online Terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa* (Vol. 7, Issue 4). [Http://j-ptiik.ub.ac.id](http://j-ptiik.ub.ac.id)
- Antika, E., & Tunggali, A. P. P. W. (2021). Strategi Komunikasi Kampanye Adopt Don't Buy Komunitas Adopsi Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Audiens*, 2(1). [Https://doi.org/10.18196/jas.v2i1.9974](https://doi.org/10.18196/jas.v2i1.9974)
- Armadila. (2025). *Strategi Komunikasi Radio Trax Fm Dalam Meningkatkan Partisipasi Pendengar Pada Mahasiswa Uin Raden Fatah Palembang*. 9.
- Arviana, G. N. (2023). Kupas Tuntas Brand Community, Sekelompok Pelanggan Yang Bisa Perkuat Bisnismu. *Glints.Com*.
- Asari, A., Syaifuddin, E. R., Ningsi, N., Sudianto, Maria, H. D., Adhicandra, I., Nuraini, R., Baijuri, A., Pamungkas, A., Kusumah, F. G., Yuhanda, G. P., & Murti, S. (2023). *Komunikasi Digital* (Pp. 1–7).

- Azwar, A. (2022). Perubahan Paradigma Penelitian Ilmu Komunikasi (Dari Paradigma Klasik Marxisme - Hegelian Menuju Paradigma Kritis Mazhab Frankfurt). *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 237–246. <https://doi.org/10.33822/Jep.V5i2.4493>
- Butsi, F. I. (2019). Memahami Pendekatan Positivis, Konstruktivis Dan Kritis Dalam Metode Penelitian Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 2(1), 48–55.
- Dailami, Thamdzir, M., Pratama, T., & Sukmamedian, H. (2023). Pengaruh Komunitas - Komunitas Terhadap Minat Beli Konsumen Di Restoran Sederhana Batu Aji Kota Batam. *Jurnal Manner*, 2(2).
- Fadila, R. N., Purnaningsih, N., & Hapsari, D. R. (2017). Efektivitas Komunikasi Pemasaran Kampung Budaya Sindangbarang Di Desa Pasir Eurih Kecamatan Tamansari Kabupaten Bogor. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [Jskpm]*, 1(3), 277–286. <https://doi.org/10.29244/Jskpm.1.3.277-286>
- Fauzan, M., Purwanto, E., Jupri, H. D. N., & Dewi, P. S. (2025). Media Sebagai Agen Perubahan Komunitas Di Era Teknologi Digital. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 2(4), 15. <https://doi.org/10.47134/Jbkd.V2i4.4369>
- Gienardy, M. (2019). Analisis Pengaruh Brand Community Terhadap Loyalitas Merek Pada Toyota Agya Club Luwuk Banggai. In *Jurnal Ilmiah Manajemen Emor (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)* (Vol. 3, Issue 1).
- Givens, C. (2023). Creating Community, One Byte At A Time: Digital Community Cookbooks During The Covid-19 Pandemic. *Food And Foodways*, 31(3), 200–218. <https://doi.org/10.1080/07409710.2023.2228035>
- Haktiv8. (2025). *Mulai Karier Tech Sekarang, Siap Tembus Industri Digital!* Haktiv8.Com.
- Hadisaputra, P. (2021). *Penelitian Kualitatif*.
- Hamidah, N. S., & Hakim, R. J. (2023). Peran Sosial Media Atas Perilaku Konsumtif Belanja Bagi Ibu Rumah Tangga Di Desa Lebaksari Kec.Parakansalak. In *Jurnal Riset Ilmiah* (Vol. 2, Issue 3).
- Haryono, E. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif Di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam*.
- Indrasastria, M. R., & Harahap, H. (2023). Strategi Komunikasi Dalam Operasional Pelayanan Pada Masa Pandemi Covid-19. *Journal Of Management And Bussines (Jomb)*, 5(1), 66–81. <https://doi.org/10.31539/Jomb.V5i1.5390>
- Ismi, T. (2025). *Word Of Mouth Marketing: Apa Itu, Pilihan Strategi, Dan Keuntungannya*. <https://glints.com>.
- Iswadi. (2025). *Komunikasi Digital*.
- Iswari, F. (2022). *Strategi Komunikasi Efektif Guru Dalam Pembentukan Karakter Siswa Smpn 64* (Vol. 02, Issue 01).

- Jati, I. D. K. (2024). *5 Manfaat Komunitas Online Bagi Perkembangan Diri, Jangan Ketinggalan!*
- Jayadi, M. D., Sinaga, N. N., Manurung, N. T. N., Radiyyah, A. F., & Suhairi, S. (2023). Pesan Persuasif Komunikasi Bisnis. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 10319–10329. <https://J-Innovative.Org/Index.Php/Innovative/Article/View/3375>
- Kbbi. (2025a, October). *Komunikasi*. <https://Kbbi.Kemdikbud.Go.Id/Entri/Komunikasi>.
- Kbbi. (2025b, October). *Strategi*. <https://Kbbi.Kemdikbud.Go.Id/Entri/Strategi>.
- Kemp, S. (2025, March 25). *Digital 2025: Indonesia*.
- Lestari, A. F., & Ahmadi, M. A. (2024). Pt. Media Akademik Publisher Pengaruh Pesan Persuasif Dan Video Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. *Jma*, 2, 3031–5220. <https://Doi.Org/10.62281>
- Mas'ud, F. I., Thalib, T., & Saudi, A. N. A. (2025). Gambaran Sense Of Community Pada Komunitas Motor Di Makassar. *Integrative Perspectives Of Social And Science Journal (Ipsj)*, 2(1), 82–90.
- Maulania, M. I., & Suwanda, B. S. (2025). Proses Kreatif Dan Produksi Konten Video Di Akun Instagram @Cxc.Customerprotection. *Journal Of Scientech Research And Development*, 7(1). <https://Idm.Or.Id/Jscr/In>
- Mcalexander, J., Schouten, J., & Koenig, H. (2002). Building Brand Community. *Journal Of Marketing*, 66. <https://Doi.Org/10.1509/Jmkg.66.1.38.18451>
- Mckinsey. (2025, July 14). *We're All Techies Now: Digital Skill Building For The Future*.
- Mulyadi, L., & Pratomo, Y. (2025, June). *Indonesia Masuk 5 Besar Pengguna Smartphone Terbanyak Di Dunia*.
- Muniz, A. M., & O'guinn, T. C. (2001). Brand Community. *Journal Of Consumer Research*, 27(4), 412–432. <https://Doi.Org/10.1086/319618>
- Murniarti, E. (2019). *Komunikator, Pesan, Pedia/Saluran, Komunikan, Efek/Hasil, Dan Umpan Balik*.
- Muthiah, F. (2025). *Bs Lady: Community Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Dari Buttonscarves*. 16(1), 138–150. <http://Ejurnal.Provisi.Ac.Id/Index.Php/Jtikp□Page138>
- Pacmann. (2025). *Slow Paced Dan Mendalam Pacmann Siap Bantu Anda Untuk Belajar Data Dengan Materi Mendalam Dan Slow-Paced*. <https://Pacmann.Io/>.
- Pamungkas, D. S., Saputra, I. B., & Laksana, A. (2024). Strategi Komunikasi Digital Melalui Media Sosial Untuk Membangun Kepercayaan Konsumen. *Konsensus : Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 88–94. <https://Doi.Org/10.62383/Konsensus.V1i6.461>

- Parid, M. (2020). Relevansi Komunikasi Pembelajaran Dengan Materi Bahan Ajar Sd/Mi. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 6. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3986243>
- Prastari, Aprilina. (2024). Membangun Brand Positioning Melalui Komunitas Daring. *Journal Of Business Research*, 66(2), 216–223. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.07.015>
- Pratiwi, A. (2018). *Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kota Palembang Dalam Mempromosikan Destinasi Wisata Di Kota Palembang Menjelang Asian Games Xviii 2018 (Studi Pada Program Paket Wisata Hemat “Palembang Asiiik”)*.
- Purwadhika. (2025). *Raih Karir Dan Keahlian Digital Dengan Peluang Kerja Tanpa Batas*. Purwadhika.Com.
- Qian, Z., & Zou, J. (2021, October). *Brand Community Strategy Of Lululemon: The Relation Between Brand Ambassador’s Trust And Customer Engagement*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211209.520>
- Qothrunnada, R., & Pandrianto, N. (2024). *Pola Komunikasi Rubi Community Dalam Membangun Konektivitas Antara Brand Dan Konsumen*.
- Rachmadi, E. (2025). Segmentasi, Targeting, Dan Positioning. In *Manajemen Pemasaran Modern*.
- Rahim, U. A., & Chandra, M. (2020). *Pesan-Pesan Komunikasi Edukatif Dalam Mendidik Anak (Tinjauan Prespektif Komunikasi Islam)* (Vol. 7, Issue 1). <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/komunika>
- Rizki, M. F., & Sabuya, M. (2023). Strategi Komunikasi Humas Kemenkomarves Dalam Pemberian Informasi Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 7(2). <https://www.kominfo.go.id>
- Romadona, G. S., Suryo, H., & Hindra, N. (2022). *Strategi Komunikasi Komunitas Mitra Gojek Grup Driver Sekitar Uns Dalam Membangun Solidaritas*.
- Sidiq, U., & Choiri, Moh. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*.
- Sukmana, P. S., Melati, A. Z., & Silvia, S. (2025). *Literature Review On Communication Effectiveness In Teacher And Student Learning Activities*. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic>
- Suminar, P., Sunaryanto, H., & Gushevinalti. (2020). Transformasi Karakteristik Komunikasi Di Era Konvergensi Media. *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(1), 83–134. <http://journal.ubm.ac.id/>
- Surokim, Rakhmawati, Y., Wahyudi, M., Handaka, T., Dartiningsih, B. E., Julijanti, D. M., Rachmawati, F. N., Kurniasari, N. D., Trisilowaty, D., Suryandari, N., Cholil, H. A., Quraisyin, D., Moertijoso, B., Rachmad, T. H., Arifin, S., Rozi, F., & Camelia, A. (2016). *Riset Komunikasi: Strategi Praktis Bagi Peneliti Pemula*.

- Syahrizal, H., & Jailani, M. S. (2023). *Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif. 1.*
- Sywalludin, M. N., Talaohu, N., Rumakat, A., & Mutmainna, T. (2024). Strategi Komunikasi Dan Branding Dalam Manajemen Event: Membangun Identitas Acara Yang Kuat. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 1*(1), 70–81. <https://doi.org/10.47945/AI-Mumtaz.V1i2.Xx>
- Wardhana, A. (2021). *Brand Management In The Digital Era* (Pp. 102–107).
- Wijaya, I. S. (2015). *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Dalam Kegiatan Pembangunan. Xviii.*
- Wiyanda, V. N., Ilhami, M. W., Mahendra, A., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 10*(17), 826–833. <https://doi.org/10.5281/Zenodo.13929272>
- Wulan, D. J., Mustoip, S., & Hidayati, N. (2023). Strategi Komunikasi Dalam Pembentukan Organisasi Komite Sekolah Di Tk Negeri Sendang Kabupaten Cirebon. *Tuturan: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora, 1*(3), 177–195. <https://doi.org/10.47861/Tuturan.V1i3.411>