

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Gunelius, S. (2011). *30-Minutes SOCIAL MEDIA Marketing*.
- Ibrahim, D. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Nasrullah, D. R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (N. S. Nurbaya (ed.)). Simbiosis Rekatama Media.
- Pamungkas, I. N. A. (2018). *Integrated Marketing Communication 4.0*. Megatama.
- Prof. Dr. Alfrizal, M. . (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT RajaGrafindo Persadar.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Oktober 2017.
- Sulaksana, U. (2003). *Integrated Marketing Communications*. Pustaka Pelajar.

Skripsi dan Jurnal:

- Agustina, T. S. (2011). Peran Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi Dalam Meminimalkan Resiko Kegagalan Bagi Wirausaha Baru Pada Tahap Awal (Start-Up). *Majalah Ekonomi*, 1, 64–74. <http://journal.lib.unair.ac.id/index.php/ME/article/view/834/829>
- Alfauzan, M. (2018). *Analisis Kualitas Pelayanan Publik Pada Kantor Camat Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir*. <http://repository.uin-suska.ac.id/13155/>
- Arif, G. M., & Millianyani, H. (2015). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING MELALUI INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SUGAR TRIBE*. 2(3), 2581–2587.
- Destalia, T. (2019). Pembingkai Berita Kenaikan Gaji Pns (Analisis Framing Model Zhongdang Pan Dan Gerald M. Kosicki Untuk Berita Kenaikan Gaji PnsKoran

- Harian Tribun Jabar Edisi 09 Maret 2019). *Elibrary Unikom*.
<https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1937/>
- Ekarina. (2020). *Media Sosial Jadi Referensi Konsumen Membeli Produk Selama Pandemi*. <https://katadata.co.id/ekarina/brand/5faa6013a3980/media-sosial-jadi-referensi-konsumen-membeli-produk-selama-pandemi>
- Gustam. (2015). Karakteristik Media Sosial Dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop Di Kalangan Komunitas Samarinda Dan Balikpapan. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 231. [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/02/Jurnal - Rizky Ramanda Gustam \(02-25-15-06-07-31\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/02/Jurnal - Rizky Ramanda Gustam (02-25-15-06-07-31).pdf)
- Handriani, D. J. (2019). PROSES ADAPTASI ANGGOTA IKATAN MAHASISWA FAKFAK DI KOTA BANDUNG (Studi Etnografi Komunikasi Mengenai Proses Adaptasi Anggota Ikatan Mahasiswa Fakfak di Kota Bandung Dalam Mengatasi Gegar Budaya). *Elibrary Unikom*.<https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1558/>
- Intan, A. (2021). *SOCIAL MEDIA MARKETING @ REUSE . ABLE DI INSTAGRAM*. 180.
- Jatmiko. (2014). *Komunikasi Pemasaran sebagai Strategi Memperluas Pasar*.
<https://www.esaunggul.ac.id/komunikasi-pemasaran-sebagai-strategi-memperluas-pasar/>
- Megayasa, I. M. O. (2021). *Analisis bauran komunikasi pemasaran mangsi grill master dalam rangka pengembangan konsep usaha skripsi*.
- Muslikhah, S. (2014). *Analisis Kepuasan Masyarakat Pengguna Jamkesnas Dalam Menerima Pelayanan Kesehatan di Puskesmas Teluk Belitung Kecamatan Merbau Kabupaten Kepulauan Meranti*.
- Muslim. (2015). VARIAN-VARIAN PARADIGMA, PENDEKATAN, METODE, DAN JENIS PENELITIAN DALAM ILMU KOMUNIKASI. *Universitas Pakuan*. <https://journal.unpak.ac.id/index.php/wahana/article/view/654/557>
- Muttaqin, Z. (2012). Facebook Marketing Dalam Komunikasi Pemasaran Modern. *Teknologi*, 1(2), 103–109. <https://doi.org/10.26594/teknologi.v1i2.63>

Rahmalia, N. (2021). *Ingin Memulai Startup? Yuk, Kenalan Dulu dengan Inkubator Bisnis*. <https://glints.com/id/lowongan/inkubator-bisnis/#.YQVbNfkzBIU>

Setianingtyas, A., & Nurlaili, E. I. (2020). Analisis Social Media Marketing dan Tampilan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pamos Shop Mojokerto. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 207. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i2.2365>

Build. Sriwidya, N. P. A. (2021). *AKTIVITAS KOMUNIKASI RITUAL PADA TRADISI*

OMED-OMEDAN (Studi Etnografi Pada Tradisi Omed-Omedan Banjar Kaja Desa Sesetan Denpasar Bali). openlibrarytelkomuniversity.ac.id

Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>

Yusuf, R. (2014). KINERJA BALAI BESAR POM YOGYAKARTA DALAM PENGAWASAN PRODUK OBAT DAN MAKANAN YANG MENGANDUNG ZAT BERBAHAYA. *Eprints UNY*. <https://eprints.uny.ac.id/21822/>

Sumber lainnya:

<https://BalaiDiklatIndustriDenpasar.kemenperin.go.id/> (diakses pada tanggal 9 November 2021 pukul 18.21)

<https://www.jurnal.id/id/blog/whatsapp-marketing/> (diakses pada tanggal 5 September 2021 pukul 15.30 Wita)

<https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital> (diakses pada tanggal 5 September 2021 pukul 18.00 Wita)

<https://inflact.com/tools/profile-analyzer/> (diakses pada tanggal 4 September 2021 pukul 15.08 Wita)