

DAFTAR PUSTAKA

- Adhanisa, C. (2017). Efektivitas Websitedan instagram sebagai sarana PromosiKawasan Wisata Berbasis Masyarakat.
- Ardhi, B. M. (2018). Epic Model dan Direct Rating Method : Efektivitas Iklan Media Sosial . *Komunikasi* .
- Ardiansyah. (2013). LAPORAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN DI PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA, Tbk DIVISI REGIONAL (DIVRE) III JAWA BARAT . *Laporan PKL*.
- E, G. (2020). Media Promosi Produk UMKM dengan menggunakan EPIC Model.
- Kemp, S. (n.d.). *Datareportal*. Retrieved from Datareportal.com: <https://datareportal.com/search?q=indonesia>
- Mayasari. (2018). Jurnal Komunikasi Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Publikasi HUT Museum Nasional Indonesia (MNI) Kepada Masyarakat. *Jurnal Komunikasi*, 15-23.
- Mayasari, S. (2018). Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Publikasi HUT Museum. *Akademi Komunikasi*, 192-193.
- Nuriansyah, F. (2020). Efektifitas Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Hasil Belajar pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Saat Pancemic. *Jurnal Efektifitas. Komunikasi*.
- Oktaviani, W. F. (2019). EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA UMBUL PONGGOK, KABUPATEN KLATEN. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 15.
- PUTRI, O. D. (2020). EFEKTIVITAS IKLAN GO-JEK VERSI ‘VERTIBOKEK’ DI MEDIA SOSIAL YOUTUBE DENGAN MENGGUNAKAN EPIC MODEL (Studi Pada Pengguna Go-Jek Kalangan Mahasiswa di Kota Bandung).
- Taqqiya, R. (2020). Strategi Pemanfaatan Media Sosial Facebook dan Whatsapp untuk Memperluas Jaringan Pemasaran Digital Benih Sayuran .
- Wijaya, A. T. (2018). Analisis Efektifitas Iklan Media Sosial Sebagai Media.