

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ghamdi, H., Al-Hadban, N., & Al-Hassoun, T. (2014). The Effectiveness Of Facebook As A Marketing Tool. *International Journal Of Management & Information Technology*, 10(2). <https://doi.org/10.24297/ijmit.v10i2.637>
- Almestarihi, R., Al-Gasawneh, J., Al-Jabali, S., & Gharaibeh, M. (2021). The Impact Of Social Media Marketing On Brand Equity: A Systematic Review. *Turkish Journal Of Computer And Mathematics Education*, 12(6), 4073–4088.
- Ardianto, E. (2011). *Komunikasi Teoritisasi Dan Implikasi*. Mata Padi Pressindo.
- Arifin, R. W. (2015). Peran Facebook Sebagai Media Promosi Dalam Mengembangkan Industri Kreatif. *Jurnal Bina Insasni Ict*, 2(2).
- As'ad, H. A.-R., & Alhadid, A. Y. (2014). The Impact Of Social Media Marketing On Brand Equity: An Empirical Study On Mobile Service Providers In Jordan. *Integrative Business And Economics Research*, 3.
- Astuti, R. F. (2022). *Elang Jawa: Ciri-Ciri, Fakta Unik Hingga Populasinya*. Detik Jatim. <https://www.detik.com/jatim/berita/d-6433771/Elang-Jawa-Ciri-Ciri-Fakta-Unik-Hingga-Populasinya#:~:Text=Salah Satunya Elang Jawa%2c Yang,Dilindungi Berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan>.
- Bismiarti. (2021). *Perdagangan Satwa Ilegal Berdampak Pada Keseimbangan Ekosistem Alam*. S-1 Jurnalistik Fikom Unpad. <https://jurnalistik.fikom.unpad.ac.id/perdagangan-satwa-ilegal-berdampak-pada-keseimbangan-ekosistem-alam/>
- Cahyono, D. B. (2011). Penggunaan Facebook Sebagai Media Pemasaran. *Ekonomi Pembangunan*, 2(2), 11–23.
- Databoks. (2023). *Pengguna Facebook Di Indonesia Tembus 135 Juta Orang Hingga April 2023, Peringkat Berapa Di Dunia?* Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/29/pengguna-facebook-di-indonesia-tembus-135-juta-orang-hingga-april-2023-peringkat-berapa-di-dunia#:~:Text=Menurut Laporan We Are Social,Juta Orang Pada Periode Tersebut>.
- Dijk, V. (2013). *He Culture Of Connectivity: Critical History Of Social Media*. Oxford.
- Dinna Handini. (2021). *Pakar Ipb University: Indonesia Berada Di Pusaran Perdagangan Satwa Liar Dunia*. Kemendikbud.Go.Id, 2021. <https://dikti.kemdikbud.go.id/kabar-dikti/kampus-kita/pakar-ipb-university-indonesia-berada-di-pusaran-perdagangan-satwa-liar-dunia>
- Facebook. (2023a). *Barang Yang Tidak Boleh Ditawarkan Untuk Dijual Di*

- Facebook Marketplace. Meta.
<https://www.facebook.com/help/130910837313345>
- Facebook. (2023b). *Mempromosikan Bisnis Lokal Anda*. Meta.
https://www.facebook.com/business/goals/promotelocalbusiness?content_id=Elvwkfdlzf12xh5&utm_term=Dsa1965463369411&gclid=Cj0kcqjwz8embhdrarisannjjs4gd_Toja564xwkef0yzvcody117nd_Yfbk-Dk_2bvzdb0g1bdnftuiaavzpealw_Wcb#Step-2
- Febriyanti, E., Rifai, Z., Hasanah, S. N., Wijayanti, D. F., Suhening, L., & Frastika, L. (2017). Pesatnya Perkembangan Dunia Teknologi Dan Informasi Dalam Beberapa Tahun Terakhir, Menjadikan Internet Sebagai Alat Komunikasi Yang Banyak Diminati Oleh Masyarakat. *Jurnal Conference On Information Technology, Information System And Electrical Engineering*.
- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. Mcgraw-Hill Companies.
- Helianthusonfri, J. (2016). *Facebook Marketing*. Pt Elex Media Komputindo.
- Irawan, A. D., & Hadisumarto, A. D. (2020). Pengaruh Aktivitas Social Media Marketing Terhadap Brand Trust, Brand Equity, Dan Brand Loyalty Pada Platform Social Media Instagram. *Aswin Dewanto Hadisumarto*, 43(1).
- Juju, D., & Sulianta, F. (2010). *Hitam Putih Facebook*. Pt Elex Media Komputindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran* (13 Ed.). Erlangga.
- Kurniali, S. (2009). *Step By Step Facebook*. Pt. Elek Media Komputindo.
- Lestiana, N. (2016). *Aktivitas Promosi Kuliner Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Mengenai Aktivitas Promosi Kuliner Pada Akun Instagram@Kulinerdisolo Di Kota Solo*. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Mahrofi, Z. (2021). *Guru Besar Ipb: Perdagangan Satwa Liar Mengancam Keanekaragaman Hayat*. Antara News.
- Meike, G., & Young, S. (2012). *Media Convergence, Mnetworked Digital Media In Everyday Life*. Mpg Books Group.
- Meolong. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Meolong, L. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Meta. (2013). *About Meta. Meta. Com*.
https://about.meta.com/?utm_source=about.facebook.com&utm_medium=redirect
- Meta. (2023). *Tentang Grup Facebook*.
<https://www.facebook.com/business/help/786348878426465?id=939256796236247>
- Muntu, S. A. J., Tangkudung, J. P. M., & Lotulung, L. J. H. (2021). Studi Netnografi Pada Media Sosial Instagram. *Acta Diurna Komunikasi*, 3(4).

- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Siosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian*. Cakra Books.
- Nuriyanti, W. (2019). Peran Media Sosial Dalam Perkembangan Industri Kreatif. *Sosio E-Kon*, 11(2).
- Panuju, R. (2019). *Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran*. Prenadamedia Group.
- Percy, L. (2008). *Strategic Integreted Marketing Communication: Theory And Practice*. Elsever Inc.
- Profauna.(2023). *Fakta Tentang Satwa Liar Indonesia*. Profauna. Net.<https://www.profauna.net/id/fakta-satwa-liar-di-indonesia>
- Pujileksono, S. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Kelompok Intrans Publishing.
- Puspitasari, D. E. (2022). Internasionalmaraknya Perdagangan Satwa Langkadi Era Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Pattimura Magister Law Review*, 2(1), 1–16<https://doi.org/10.47268/pamali.v2i1.816>.
- Putri, P. K. (2016). Aplikasi Pendekatan-Pendekatan Persuasifpada Riset Komunikasi Pemasaran: Iklan Melibatkan Penciptaan Danpenerimaan Pesan Komunikasi Persuasif Mengubah Perilaku Pembelian. *Resma*, 3(2), 12–22.
- Rahmadani, S. (2021). *Pegawai Bpbd Dalam Penanggulangan/Penanganan Bencana Di Kabupaten Dompu Nusa Tenggara Barat*. Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Ratnasari, R., Irhandayaningsih, A., & K, A. T. (2015). Analisis Pemanfaatan Grup Facebook Ikatan Pustakawan Seluruh Indonesia Sebagai Media Information Sharing Pustakawan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 4(3).
- Rahardjo, M. (2017). Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif: Konsep Dan Prosedurnya [Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang]. <http://repository.uin-malang.ac.id/1104/1/studi-kasus-dalam-penelitian-kualitatif.pdf>
- Riset Wildlife Conservation Society Indonesia. (2023). *Jual Beli Satwa Langka Dilokapasar*. Wcs Indonesia. <https://indonesia.wcs.org/en-us/>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif Dan R&D*. Cv Alvabeta.
- Sukmana, I. (2022). *Kesadaran Masyarakat Meningkat, Sebanyak 12 Hewan Liar Berhasil Dievakuasi Bksda Tasikmalaya Dalam 1,5 Bulan*. Kabar Priangan. <https://kabarpriangan.pikiran-rakyat.com/kabar-priangan/pr-1483702222/kesadaran-masyarakat-meningkat-sebanyak-12-hewan-liar->

Berhasil-Dievakuasi-Bksda-Tasikmalaya-Dalam-15-Bulan?Page=2

- Sulastri, & Prasetyawan, Y. Y. (2017). Pemanfaatan Situs Media Sosial Grup Facebook Racana Diponegoro (Pramuka Undip) Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa (Ukm) Racana Diponegoro Undip. *Universitas Diponegoro*.
- Syahrullah, Yahya, M., & Syarif, A. (2021). Penggunaan Facebook Dalam Promosi Produk Barang Jadi. *Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 12(2).
- Taan, H., Radji, D. L., Rasjid, H., & Indriyani. (2021). Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image. *Seiko : Journal Of Management & Business*, 4(1), 315–330.
- Tenia, H. (2017). *Engertian Media Sosial-Fungsi, Ciri, Jenis, Dampak Positif, Dan Dampak Negatif*.
- Tjiptono, F. (2015). *Pemasaran Jasa*. Andi Offset.
- Widjaja. (2008). *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*. Bumi Aksara.
- Widyastuti, S. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pancasila.
- Yadav, M., & Rahman, Z. (2017). Measuring Consumer Perception Of Social Media Marketing Activities In E-Commerce Industry: Scale Development & Validation. *Telematics And Informatics*, 34(7), 1294–1307. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.06.001>
- Yusuf, M. F. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pustaka Ilmu.