

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, T. S. (2020). Storytelling Sebagai Strategi Bisnis Sosial Start-Up Ojek Syar'i Berbasis Aplikasi di Surabaya. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 3(4), 448-460.
- Arischa, S. (2019). Analisis Beban Kerja Bidang Pengelolaan Sampah Dinas Lingkungan Hidup Dan Kebersihan Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 6(1), 1-15.
- Aulya, D., & Zinaida, R. S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Z Coffee Shop Palembang dalam Upaya Menciptakan Brand Awareness. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(4), 4659-4666.
- Azlina, A., Lestari, M. T., & Ali, D. S. F. (2015). Pengaruh Aktivitas Pada Instagram Terhadap Sikap Mahasiswi Pengguna Instagram Di Bandung (studi Pada Instagram Fashion Blogger Sonia Eryka Di Bandung). *eProceedings of Management*, 2(2).
- Beno, J., Silen, A. P., & Yanti, M. (2022). DAMPAK PANDEMI COVID-19 PADA KEGIATAN EKSPOR IMPOR (STUDI PADA PT. PELABUHAN INDONESIA II (PESERO) CABANG TELUK BAYUR). *JURNAL SAINS DAN TEKNOLOGI MARITIM*, 22(2), 117-126.
- Dalimunthe, F. A., Audina, F., Utami, W., & Adelia, T. (2024). Pengaruh Storytelling Konten terhadap Pemahaman Riset Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 1338-1345.
- Devvy, N., Santosa, D., & Rahmanto, A. N. (2020). Analisis strategi Komunikasi pemasaran dalam meningkatkan jumlah konsumen. *Surakarta: Pendidikan Administrasi Perkantoran, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret*.
- Fagita, A. R., & Sudrajat, R. H. (2021). Strategi komunikasi pemasaran ChatAja Messenger (PT. Telekomunikasi Indonesia) di media sosial. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 13-22.
- FATHURROHMAN, M. A. (2022). Penentuan Strategi Pengelolaan Coffee Shop Di Yogyakarta Dengan Mengidentifikasi Perilaku Dan Karakteristik Konsumen Menggunakan Metode Association Rules Dan Clustering (Studi Kasus Pada Mahasiswa Yogyakarta).

- Fanani, M. Z., & Panuju, R. (2019). Komunikasi Pemasaran Online Daffi Hijab Style Lamongan. *At-tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, 5(1), 1-17.
- Feroza, C. S. B., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun@ Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32-41.
- Fortinasari, P., Anggraeni, C. W., & Malasari, S. (2022). DIGITAL STORYTELLING SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN YANG KREATIF DAN INOVATIF DI ERA NEW NORMAL. *Aptekmas Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 5(1), 24-32.
- Hasanah, H. (2017). Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21-46.
- Latif, N., Arianto, B., Miradji, M. A., Estiasih, S. P., Alana, M. A., & Maulana, A. (2023). Pemanfaatan *Storytelling* Marketing sebagai Alat Bantu Bisnis UMKM di Kelurahan Taman, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo. *Ekobis Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 50-55.
- Matthew Dicks, (2018) *Storyworthy (Engage, Teach, Persuade and Change Your Life Through The Power Of Storytelling)*
- MAULANA, M. I., Jaiz, M., & Septa, R. Y. (2018). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN FONT Di ERA DIGITAL (Studi Kasus pada Mikrojiha Foundry di Kota Serang, Banten)*(Doctoral dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa).
- Marbun, K. S. (2021). Kesalahan Berbahasa Pada Penulisan Media Luar Ruang Di Barus Tapanuli Tengah. *JURNAL BASASASINDO*, 1(2), 53-65.
- Nurdiansyah, F., & Rugoyah, H. S. (2021). Strategi branding bandung giri gahana golf sebelum dan saat pandemi covid-19. *Jurnal Purnama Berazam*, 2(2), 153-171.
- Permadi, C., & Gifari, A. (2022). Penggunaan Fitur Media Sosial Live Dan Ads Dalam Promosi Produk Bisnis. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(3), 56-64.
- Permassanty, T. D., & Muntiani, M. (2018). Strategi Komunikasi Komunitas Virtual dalam Mempromosikan Tangerang Melalui Media Sosial. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 21(2).
- Pertiwi, N. A., & Zinaida, R. S. (2020). Palembang Harum: Promosi & Branding

Kuliner Palembang Di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 1(2), 104-116.

Prasetyawati, A. (2021). Digital Storytelling Kok Bisa?: Mengubah Keberlimpahan Informasi menjadi Konten Edukasi (Digital Storytelling Kok Bisa?: Turning Abundance of Information into Educational Content). *JURNAL IPTEKKOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi)*, 23(2), 199-212.

Rahayu, W. S. B. (2017). Penggunaan storytelling dalam iklan LINE Webtoon pada sikap pengguna. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 5(2), 1-17.

Rahmadani, N., & Riauan, M. A. I. (2022). Pemanfaatan Instagram@ houseofchic Sebagai Media Komunikasi Pemasaran. *Journal of Social Media and Message*, 1(1), 13-23.

Rijali, A. (2019). Analisis data kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81-95.

Salman, S., & Syaifuddin, S. (2018). Kecerdasan Menggali Infomasi Politik Di Media Digital. *Avant Garde*, 6(2), 79-93.

Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.

Salindra, B. C., & Supratman, L. P. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI@ PARTE. CO. *eProceedings of Management*, 7(2)

Sari, R. D., & Lani, O. P. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA INSTAGRAM@ pekanbarushoppingmall. *KINEMA: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran*, 1(2), 153-164.