

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Krisyanto, Rachmat.(2014). *TEKNIK PRAKTISRASET KOMUNIKASI*, Penerbit KENCANA (Divisi dari PRENADAMEDIA Group), Jl. TandraRaya No.23 Rawamangun – Jakarta13220.

JURNAL

Afrilia, A. M. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran “Waroenk Ora Umum” Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen. *Jurnal Riset Komunikasi, 1*(1), 147–157. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v1i1.21>

Ambar, R., & Sari, W. P. (2021). Komunikasi Pemasaran UMKM dalam Beradaptasi di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Hello Cafe). *Prologia, 5*(1), 167. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.10107>

NAIMAH, R. J., WARDHANA, M. W., HARYANTO, R., & PEBRIANTO, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action, 2*(2), 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>

Ridwan, I. M., Fauzi, A., Aisyah, I., Susilawati, & Sofyan, I. (2019). Penerapan Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan “WAGE” Bandung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2*(1), 137–142. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>

Sulistiyani. (2011). Media Baru, Visi Khalayak Aktif Dan Urgensi Literasi Media. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia, 1*(2), 90.

Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bisnis Kuliner. *Journal of New Media and Communication, 1*(1), 43–57. <https://doi.org/10.55985/jnmc.v1i1.5>