DAFTAR PUSTAKA

Adikristanto, A. D., & Angelita, G. (2024). *Implementasi Integrated Marketing Communication (IMC) dalam Program Karisma Event Nusantara 2024 Di Kemenparekraf*. *5*(Imc), 4186–4191.

Andriana, D., & Fadilah, J. (2024). *Implementasi Artificial Intelegence (AI) Dalam Perancangan Strategi Komunikasi Pemasaran Produk UMKM*. *11*(2), 78–89.

Anggraini, K., Bina, U., Informatika, S., & Pamulang, U. (2023). *EVENT DAN FESTIVAL PARIWISATA DI KABUPATEN*. *2*(1).

Bayanusabi,et.al. (2025). *Jurnal Informatika Terpadu*. *11*(2), 144–150.

Firdausy, R. dan. (2023). *Analisis Strategi Komunikasi Digital Warkop Angkringan melalui Pendekatan AIDDA di Kota Blitar Analysis of Digital Communication Strategies of Warkop Angkringan through the AIDDA Approach in Blitar City*. *15*(1), 82–88.

Hasan, K., & Husna, A. (2024). *Strategi Komunikasi Promosi Untuk Optimalisasi Zakat di Gampong Lingkungan Universitas Malikussaleh Bersama Baitul Mal Kota Lhokseumawe*. *8*(November), 500–515.

Ika, D., Hanifa, P., & Winarno, J. (2023.). *Efektivitas Komunikasi Pemasaran Produk Gapoktan Mitra*. 219–230.

Jannah, Afridatul, M., Satria, D., & Fitri, D. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Akun Instagram @ Grosirshop _ Stufff dalam Promosi Penjualan*. *1*(4), 379–386.

K. Amalia, T. Muzaffarsyah, et. al. (2023). *Jurnal Politik Dan Pemerintahan*. *8*, 56–88.

Kotler & Keller. (2021). *Marketing Management*.

Kurniawan, R. (2023). *INFLUENCE OF SALES PROMOTION , DIRECT MARKETING , AND PERSONAL SELLING ON CONSUMER*. *2015*, 186–195.

Mardhiah, A., Ag, S., Si, M., Husen, M., Fazil, M., Ag, S., Soc, S., Mardhiah, A., Ag, S., & Si, M. (2016). *Dinamika Politik Perempuan Aceh*.

Nugraha, T., & Muharman, D. (2025). *Peran Komunikasi Strategis Penjualan Produk Ecoprint Melalui Media Sosial Facebook Terhadap Minat Beli*

Konsumen Di Indonesia.

Nurhasanah, Rayhan, H., & Khair, O. (2025). *Pemanfaatan E-Commerce oleh UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal*. 223–230.

Putu, N., Anggreswari, Y., Sri, N., Parasari, M., & Agung, A. A. I. (2022). *Komunikasi Pemasaran melalui Pemanfaatan Media Sosial dalam Promosi Guwang Village Festival*. *8*(02).

Rahim, M., & Hanief, L. (2024). *Pengaruh Marketing Public Relations Liburland Festival 2022 terhadap Minat Pengunjung di Kota Banjamasin*. *1*(September).

Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&B*.

Tjoa, H. B., Sutjipto, C. C., & Valerie, V. (2024). *Pemasaran Produk dengan Pendekatan AIDA oleh Influencer di Media Sosial TikTok*. *7*, 235–247.

Upelino, D., & Siregar, Z. (2025). Strategi komunikasi pemasaran produk UMKM dodol di Desa Pematang Tengah Tanjung Pura Langkat. Jurnal Diseminasi Kajian Ilmu Komunikasi, 3(1), 11–19.

Yusaputra, M. I., Antasari, C., Haidar, N., & Fitrasari, R. (2024). *Communication Barriers in Marketing Efforts of Biofloc Cultivation Results in Lero Tatari Village Hambatan Komunikasi dalam Upaya Pemasaran Hasil Budidaya Bioflok di Desa Lero Tatari*. *11*(December), 344–354.