

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Suryadi, Agung dan Dedy Prasetyo Wicaksono. (2023). *Pemasaran Digital*. Yogyakarta :PustakaBaruPress

Yudistira Sujanto, Raditia. (2021). *Pengantar Public Relation Di Era 4.0*. Yogyakarta :PT. Pustaka Barat

Jurnal:

Andhika, M.H.R.,Hamzah, R.E., Pasaribu, Muka. Dan Putri. C.E. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi @suasanakopi. Jurnal Cyber PR, 2(2), 107-118

Nurimani, Gina Shafira dan Rachmawati, Indri. Strategi Promosi di Media Sosial dalam Menarik Minat Beli Produk Pakaian. Jurnal Riset Manajemen Komunikasi, 2(1), 59-62

Iffada, A.R., Mansoor, A.Z., dan Mustikadaram, I.S. (2024). Pemetaan Model AISAS Dalam Kampanye Film Pengabdian Setan 2: Communion. Jurnal Desain, 11(2), 303-317.

Saragih, Cynthia Lawrence dan Andriansyah. (2023). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Platform Tiktok. Jurnal Kolegial, 11(2),151-160.

E-Book:

Silviani, Irene dan Darus, Prabudi. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.

Suryadi, Edi. (2018). *Strategi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Panuju, Redi.(2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran*. Jakarta: Kencana

Website:

Universitas Esa Unggul. 2019. Pengertian Event. Diakses Pada Tanggal 14 Februari2023 <https://lms-paralel.esaunggul.ac.id/mod/resource/view.php?id=294416&forceview=1>.

