

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdi *et al.*, “Sosialisasi Penggunaan Internet Yang Sehat Bagi Anak-Anak Di Yayasan Domyadhu,” vol. 1, no. 1, pp. 13–17, 2022.
- [2] P. Ramadhanty and R. Mei Ulina Malau, “Pengaruh Social Media Marketing Content Instagram @Kedaikopikulo Terhadap Sikap Konsumen,” 2020.
- [3] Muhammad Sahid, “Penggunaan Media Sosial Dalam Peningkatan Pendaftar Mahasiswa Baru,” *Jurnal Inovasi Penelitian* , pp. 7417–7428, 2023.
- [4] K. C. Alexander, A. R. Ardi, and A. Faiqoh, “Sistem Informasi Geografis Persebaran Indekos di Sekitar Wilayah Institut Teknologi Telkom Purwokerto Berbasis Web,” 2022.
- [5] D. Haryanto, C. Ramdani, W. Solihatin Wahidah, A. Gita Dinia, and S. Oktaviani, *Perancangan Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Penerimaan Beasiswa Menggunakan Metode Artificial Neural Network (ANN) di Institut Teknologi Telkom Purwokerto*. 2019.
- [6] M. Fitra Alfajri, V. Adhiazni, and Q. Aini, “Pemanfaatan Social Media Analytics Pada Instagram Dalam Peningkatan Efektivitas Pemasaran,” 2019.
- [7] D. A. Saraswati and C. Hastasari, “Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co Dalam Mempertahankan Brand Engagement,” *Biokultur*, vol. 9, no. 2, p. 152, Nov. 2020.
- [8] M. P. Sary, V. Wijayanti, M. L. Putri, A. A. Bimantoro, and D. A. Firanti, “Efektivitas Instagram Sebagai Promosi Wirausaha Mahasiswa FIS Universitas Negeri Jakarta Selama Pandemi,” vol. 15, no. 2, pp. 282–294, 2022.
- [9] I. Prautami, “Efektivitas Promosi melalui Media Sosial Instagram dan Facebook @Abouttng pada UMKM di Kota Tangerang,” *JKBM (JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN)*, vol. 8, no. 2, pp. 153–164, May 2022.

- [10] W. Tripiawan, H. Amani, and A. T. Wijaya, “Effectiveness Analysis of Social Media Ads as A Promotional Media (Case Study: Instagram Taya.Id),” in *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, Institute of Physics Publishing, Jul. 2019, pp. 1–8.
- [11] A. Challa and N. Anute, “The Effectiveness of Instagram Content Marketing on Brand Building of a Company,” *Journal of Sales, Service and Marketing Research*, vol. 2, no. 2, pp. 1–7, Apr. 2021.
- [12] Y. P. Putra and A. Lisdayanti, “The Influence of Effectiveness Electronic Advertising with EPIC Model on Web Series toward Consumer Purchase Decisions on Tropicana Slim Stevia Products.”
- [13] V. P. Ramadhan, A. Hidayat Pratama, I. Berliana, and S. Putri, “Analisa Efektivitas Media Promosi Djarum Black Di Kota Malang Menggunakan Metode Epic Model,” pp. 2571–2578, 2020.
- [14] E. Pancaningrum, D. K. Sari Halaman, E. Pancaningrum, D. Kartika Sari, and S. PGRI Dewantara Jombang, “Analisa Epic Model: Mengukur Efektivitas Iklan Indomie Versi Ayam Geprek Di Televisi,” 2019.
- [15] R. Pahrijal, A. Maharani<sup>2</sup>, and M. N. Fitroh<sup>3</sup>, “Peran dan Efektivitas Iklan di Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk-Sebuah Tinjauan Literatur,” 2022.
- [16] S. N. Pertiwi, P. Pardian, L. Trimo, and A. H. Sadeli, “Efektivitas Iklan Pada Media Sosial Instagram Kojama Shop Dengan Pendekatan Aida Model Advertising Effectiveness In Social Media Instagram Kojama Shop With Aida Model Approach,” 2021.
- [17] S. Fatimah, “Analisis Efektivitas Iklan Ramayana Berbasis Epic Model Pada Media Sosial Youtube,” 2019.
- [18] R. Laila, P. Rini, A. Rahim Thaha, and A. Mustikasari, “Analisis Efektivitas Iklan Media Sosial Instagram Indihome Bandung Menggunakan Metode Epic Model Analysis Of Effectiveness Instagram Social Media Advertising Indihome Bandung By Using Epic Model Method,” 2021.

- [19] E. A. Miranda and R. Hidayat, "Efektivitas Iklan Finewale Pada Media Sosial Instagram Di Kota Bandung Tahun 2021 The Effectiveness Of Finewaleads On Instagram Social Media In Bandung 2021," 2021.
- [20] I. Magdalena, H. N. Fauzi, and R. Putri, "Pentingnya Evaluasi Dalam Pembelajaran Dan Akibat Memanipulasinya," 2020.
- [21] K. H. P. I Putu Suardipa, "Peran Desain Evaluasi Pembelajaran Untuk Meningkatkan Kualitas Pembelajaran," pp. 88–100, 2023.
- [22] K. Umam, U. Sunan, and A. Surabaya, "Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Karyawan Commanditaire Vennootschap Dalam Meningkatkan Efektivitas Kinerjanya Akhmad Yunan Atho'illah," *Jurnal MANOVA*, pp. 68–83, 2021.
- [23] B. Ahmad, B. Romadhoni, M. Adil, F. Ekonomi, and D. Bisnis, "Efektivitas Pemungutan Pajak Kendaraan Bermotor," 2020.
- [24] S. Komsiah, J. David Magetanapuung, C. K. Ulfa, D. M. Rachmaningsih, M. E. Sitadewi, and W. Tristan, "Perencanaan Konten Media Sosial Dalam Event Road Tour Legacy Of Java X Sidji Batik Coffee Series," 2022.
- [25] L. D. Fitriani *et al.*, "Pendampingan Pembuatan Dan Implementasi Konten Sosial Media Campaign Dalam Meningkatkan Brand Awareness Umkm," *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 6, no. 2, pp. 464–476, 2022.
- [26] A. Darmawan, P. Laksamana, and P. Institute Jakarta, "Jurnal Abdimas Perbanas Jurnal Pengabdian Masyarakat Perbanas Institute Jakarta Pelatihan Online Content Marketing dan Desain Bagi Pemula Dengan Menggunakan Aplikasi Canva," 2022.
- [27] Shiddiq Sugiono, "Industri Konten Digital dalam Perspektif Society 5.0 Digital Content Industry in Society 5.0 Perspective," *Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi*, vol. 22, no. 2, pp. 175–191, 2020.
- [28] D. T. Wijaya, "Analisa Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Retention Dengan Brand Experience Dan Customer Engagement Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Rokok Sampoerna Di Surabaya," 2019.

- [29] R. M. H. Ashari and O. F. Sitorus, “Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Engagement Kopi Kenangan,” *Jurnal EMT KITA*, vol. 7, no. 1, pp. 38–46, Jan. 2023.
- [30] P. Muhamad Mirzan Hasan Bisri\*, “Konten Marketing Instagram Dan Brand Image pada Minat Penggunaan Jasa Perencanaan Keuangan,” *JURNAL PUSTAKA KOMUNIKASI*, vol. Vol 5, no. NO. 1, pp. 190–205, 2022.
- [31] A. M. Ramdan, M. Fikri Maulana, M. A. Revinzky, A. Bisnis, U. Pasundan, and M. U. Padjajaran, “Analisis Konten Marketing Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di Bittersweet By Najla.”
- [32] Evi Husniati Sya’idah, “Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Engagement Pada TestoeFl.Id,” *JURNAL Ecoment Global*, pp. 153–161, 2022.
- [33] J. Sosialisasi *et al.*, “Detox Sosial Media Sebagai Upaya Mengatasi Social Media Addiction dan Fomo (Fear Of Missing Out),” 2022.
- [34] R. Nisa *et al.*, “Analisis Pengaruh Platform Sosial Media Terhadap Penyebaran Informasi Bencana,” *Sistem Informasi |*, vol. 8, no. 2, pp. 82–87, 2021.
- [35] D. Adrian and M. R. Mulyandi, “Manfaat Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Pembentukan Brand Awareness Toko Online,” *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, vol. 2, no. 2, pp. 215–222, Feb. 2020.
- [36] R. S. Elwani and F. Kurniawan, “Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Sosial Bagi Remaja,” *Jurnal Komunikasi*, vol. 12, no. 1, pp. 64–80, May 2020.
- [37] E. Asmadi, “Rumusan Delik Dan Pidana Bagi Tindak Pidana Pencemaran Nama Baik Di Media Sosial,” 2021.
- [38] A. Shinta and K. Y. S. Putri, “Efektivitas Media Sosial Instagram Terhadap Personal Branding Bintang Emon Pada Pengguna Instagram,” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, pp. 98–122, 2020.
- [39] D. Girsang, N. Lusnia Sipayung, and A. Pariwisata Dan Perhotelan Darma Agung, “Peran Instagram Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke

Objek Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Kabupaten Simalungun (Pasca Pandemi Covid-19),” 2021.

- [40] D. M. Cindie Sya’bania Feroza, “Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii\_Official sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan |Cindie Sya’bania Feroza, Desy Misnawati Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii\_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan,” 2020.
- [41] I. Fauziah, “Pembelajaran Menulis Teks Deskripsi Menggunakan Media Sosial Instagram,” 2020.
- [42] D. S. Haryani, “The Influence Of Advertising And Sales Promotion Towards Housing Purchasing Decisions On Griya Puspendari Asri Tanjungpinang,” *DIMENSI*, vol. 8, no. 1, pp. 54–70, 2019.
- [43] S. Rosintan Sabrina Purba, “Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Carvil Di Kota Batam,” *Jurnal AKRAB JUARA*, pp. 228–239, 2020.
- [44] N. Ayu Rahmalinda and A. Jananto, “Penerapan Metode K-Means Clustering Dalam Menentukan Strategi Promosi Berdasarkan Data Penerimaan Mahasiswa Baru,” 2022.
- [45] L. Moh. S. H. D. T. Musrifah Mardiani Sanaky1), “Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah,” *JURNAL SIMETRIK* , pp. 432–439, 2021.
- [46] N. Suryani, Ms. Jailani, and N. Suriani, “Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan,” 2023.
- [47] A. Fransisca and H. Wijoyo, “Implementasi Mettā Sutta Terhadap Metode Pembelajaran Di Kelas Virya Sekolah Minggu Sariputta Buddhies,” *Jurnal Ilmu Agama dan Pendidikan Agama Buddha*, vol. 2, no. 1, pp. 1–12, 2020.
- [48] N. Wulandari and D. Wahyudi, “Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, dan Kualitas Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Bumi dan Bangunan di Desa Mranggen Kabupaten Demak,” 2022.

- [49] N. Kabib, A. U. A. Al Umar, A. Fitriani, L. Lorenza, and M. T. Lutfi Mustofa, “Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di BAZNAS Sragen,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 7, no. 1, pp. 341–349, Mar. 2021, doi: 10.29040/jiei.v7i1.2156.
- [50] R. Yanti, “Efektivitas Bauran Promosi Pada Pt. Barelang Citra Wisata Batam Ditentukan Oleh Epic Model,” 2019.
- [51] P. Arisna, I. Juliwardi, and M. Qudraty, “Analisis Epic Model Terhadap Efektivitas Video Promosi Melalui Media Sosial,” *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, vol. 3, no. 1, pp. 535–546, 2023.
- [52] A. I. M. A. Gangga Anuraga, “Pelatihan Pengujian Hipotesis Statistika Dasar Dengan Software R,” *Jurnal BUDIMAS*, pp. 327–334, 2021.