

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. A. Rohman, N. Izati, and A. Khosim, "Eksistensi Aksara Pegon : Media Penyebaran Ilmu Agama Di Demak Kota Wali Dengan Pendekatan Mix Method," *Asyafina J. J. Akad. Pesantren*, vol. 1, no. 1, 2022.
- [2] D. Q. Elmubarak, Zaim, "Bahasa Arab Pegon Sebagai Tradisi Pemahaman Agama Islam Di Pesisir Jawa," *Lisanul' Arab J. Arab. Learn. Teach.*, vol. 9, no. 1, pp. 61–73, 2020.
- [3] N. Rosyi Ibnu Hidayat, "THARIQOHSEBAGAI PESAN DAKWAH MENUJU KEBAHAGIAN HIDUP," vol. 2, no. 2, 2021.
- [4] L. Sunarya, C. Febiola, and N. F. Harits, "Media Informasi dan Promosi Berbentuk Video Profil Pada Pondok Pesantren Tarbiyatul Mubtadi ' in," *MAVIB J.*, vol. 3, no. 2, pp. 166–180, 2022.
- [5] A. Wibowo, P. Ruliana, K. Yulianto, and K. Kunci, "HUMANTECH JURNAL ILMIAH MULTI DISIPLIN INDONESIA Komunikasi word of mouth (wom) sebagai penentu keputusan pembelian konsumen," vol. 2, no. 3, pp. 617–629, 2022.
- [6] B. Alma, "Media Promosi," p. 179, 2006.
- [7] T. Liedfray, F. J. Waani, and J. J. Lasut, "Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara," *J. Ilm. Soc.*, vol. 2, no. 1, p. 2, 2022.
- [8] D. S. Puspitarini and R. Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)," *J. Common*, vol. 3, no. 1, pp. 71–80, 2019, doi: 10.34010/COMMON.V3I1.1950.
- [9] W. M. Arlena, "Media sosial instagram sebagai jaringan komunikasi sociopreneur," *J. Pustak. Indones.*, vol. 20, no. 2, pp. 84–97, 2021, doi:

10.29244/jpi.20.2.84-97.

- [10] S. Hasanah, “Pengelolaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Di Pondok Pesantren Darul Lughah Wal Karomah Sidomukti Kraksaan Probolinggo,” 2022.
- [11] S. Al Haq and A. S. Patria, “PERANCANGAN TEMPLATE FEED INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI CAFÉ ULALA ( UNESA LEARNING LABORATORY ) SURABAYA,” vol. 3, no. 2, pp. 30–45, 2022.
- [12] P. Y. Hansudoh, L. Natadjaja, and D. K. Salamoon, “Perancangan Desain Konten Instagram sebagai Media Informasi Kecantikan,” *DKV Adiwarna*, vol. 1, no. 18, 2021, [Online]. Available: <https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/11246>
- [13] W. Prihatiningsih, “Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja,” *Communication*, vol. 8, no. 1, p. 51, 2017, doi: 10.36080/comm.v8i1.651.
- [14] D. C. Febbyana, “Pengaruh Konten Instagram Terhadap Minat,” *Stud. Kuantitatif*, pp. 1–15, 2018, [Online]. Available: <https://www.jurnalkommas.com/docs/jurnalD0213031.pdf#:~:text=Perkembangan bisnis ditandai dengan era globalisasi yang menyebabkan,memperhatikan secara detail bagaimana komunikasi pemasaran akan dilaksanakan.>
- [15] I. D. Aryani and D. Murtiariyati, “Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada a.D.a Souvenir Project,” *J. Ris. Akunt. dan Bisnis Indones.*, vol. 2, no. 2, pp. 466–477, 2022, doi: 10.32477/jrabi.v2i2.479.
- [16] Y. dan D. H. Wijanarko, “Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua serta Implikasinya terhadap Citra Merek di Fakultas Ekonomi Universitas Borobudur”.

- [17] B. Swasta, *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Liberty, 2003.
- [18] R. Iswanto, "Perancangan Buku Ajar Tipografi," *Nirmana*, vol. 23, no. 2, pp. 123–129, 2023, doi: 10.9744/nirmana.23.2.123-129.
- [19] N. N. Puspa Dewi, A. . G. Bagus Udayana, and C. G. Raka Swendra, "Perancangan Font dan Desain Preview Font Two Hand di Alit Desain Studio," *Work. Pap.*, 2022.
- [20] D. N. Fajar Paksi, "Warna Dalam Dunia Visual," *IMAJI Film. Fotogr. Telev. Media Baru*, vol. 12, no. 2, pp. 90–97, 2021, doi: 10.52290/i.v12i2.49.
- [21] O. Adityawan, "Perancangan Desain Layout Pracetak Koran Sinar Pagi," *Sketsa, Univ. BSI*, vol. 5, no. 1, 2018.
- [22] Prof. Dr. C. R. Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta Indonesia: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010.
- [23] A. N. Aida, "Analisis Kompensasi, Lingkungan Kerja Dan Pengalaman Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Di PT. Margahayu Raya Bandung," pp. 36–65, 2019.
- [24] Eko Wanda Purwantoo, "Objek, Metodologi, dan Informan penelitian," *Bab iii objek dan Metodol. Penelit.*, pp. 35–48, 2000.
- [25] L. J. Moleong, *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakary, 2018.
- [26] Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- [27] S. Khosiah, Hajrah, "Persepsi Masyarakat Terhadap Rencana Pemerintah Membuka Area Pertambangan Emas di Desa Sumi Kecamatan Lambu Kabupaten Bima," *FKIP UM-Mataram*, vol. 01, no. 2, pp. 1–7, 2017.
- [28] A. Kamaria, "Implementasi kebijakan penataan dan mutasi guru pegawai negeri sipil di lingkungan dinas pendidikan kabupaten halmahera utara," *J.*

- Ilm. Wahana Pendidik.*, vol. 7, no. 3, pp. 82–96, 2021, doi: 10.5281/zenodo.4970644.
- [29] J. W. Creswell, *Research design pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed / penulis, John W. Creswell*, Cetakan ke. Jakarta: Yayasan Mitra Netra, 2019.
- [30] I. G. N. A. B. Putra, “Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Keunggulan Pada Ud. Kacang Sari Di Desa Tamblang,” *J. Pendidik. Ekon. Undiksha*, vol. 9, no. 2, p. 397, 2019, doi: 10.23887/jjpe.v9i2.20106.
- [31] M. Ir. Fl. Titik Wijayanti, *Marketing Plan! dalam Bisnis*, Third. Elex Media Komputind, 2017.
- [32] D. Yusri, “Pesantren dan Kitab Kuning,” *Al-Ikhtibar J. Ilmu Pendidik.*, vol. 6, no. 2, pp. 647–654, 2020, doi: 10.32505/ikhtibar.v6i2.605.
- [33] H. Magister, M. Universitas, and M. Yogyakarta, “Strategi Positioning Dalam Persaingan Bisnis (Points of Difference Dan Points of Parity),” *AJIE-Asian J. Innov. Entrep.*, vol. 03, no. 03, pp. 2477–3824, 2018, [Online]. Available: <https://www.gooto.com/read/1051222/gai>