

## Daftar Pustaka

- Abidin, Z., & Sulistiyo, U. (2016). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Abidin, Z., & Sulistiyo, U. (2016). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Food and Beverages. *Jurnal Pemasaran (Majalah Ilmiah Marketing)*, 10(2), 1-9. <https://doi.org/10.21009/JPM.0102>.
- Adhianti, A. A., & Herlinda. (2020,). Strategi Komunikasi Pemasaran 7p Pengelola Museum Sejarah Jakarta Dalam Upaya Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Mancanegara. *Jurnal SCRIPTURA*, 10(1), 34-35.
- Alamsyah, D. P., Solihat, A., Suhendi, H., Firmansyah, R., Hunaifi, N., Mukminin, A., Mauliana, P., & Ary, M. (2018, Januari). Pemanfaatan ICT Untuk Pengembangan Perusahaan Kecil dan Menengah di Look at Hijab Bandung. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(1), 48-49.
- Antara. (2022, Maret). Jumlah umkm go digital naik 99% selama pandemi. *BeritaSatu*. <https://www.beritasatu.com/ekonomi/835765/jumlah-umkm-go-digital-naik-99-selama-pandemi>
- Arbainah, S. (2014). Pemasaran Bersama Berbasis Ict Sebagai Media Promosi Alternatif Bagi Umkm Desa Wisata. *JABPI*, 22(2), 180-184.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). *Advertising and promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (12th ed.). McGrawHill.
- Blakeman, R. (2018). *Integrated Marketing Communication: Creative Strategy from Idea to Implementation*. Rowman & Littlefield.
- Bly, R. W. (2016). *The content marketing handbook: How to double the results of your marketing campaigns*. Racom Communications.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Chrismardani, Y. (2014). Komunikasi Pemasaran Terpadu: Implementasi untuk UMKM. *Junal NeO-Bis*, 8(2).
- Christina, F., Fenni, F., & Roseline. (2019). Digital Marketing Strategy in Promoting Product. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 56, 65- 73.

- CNN Indonesia. (2020, September 17). Efek corona: 60 persen usaha tutup permanen. *CNNINDONESIA*.  
<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200917152730-92-547718/efek-corona-60-persen-usaha-tutup-permanen>
- Detik Finance. (2021, April 22). Jutaan buruh di ri kena phk selama pandemi, sektor ini paling banyak. *Detik*. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5543022/jutaan-buruh-di-ri-kena-phk-selama-pandemi-sektor-ini-paling-banyak>
- Diamond, S. (2019). *Content marketing for dummies*. Wiley.
- Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Kulon Progo. (n.d.). kriteria usaha mikro, kecil, dan menengah menurut uu no. 20 tahun 2008 tentang umkm. <https://koperasi.kulonprogokab.go.id/detil/113/kriteria-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-menurut-uu-no-20-tahun-2008-tentang-umkm>
- Entrepreneur. (2021, November 30). Digitalisasi sereal umbi garut di masa pandemi menembus luar negeri.  
<https://entrepreneur.bisnis.com/read/20211130/263/1472301/digitalisasi->
- Hapsari, I. R. (2021, Januari 11). UMKM sebagai penggerak ekonomi di tengah pandemi covid. *BeritaSatu*.  
<https://www.beritasatu.com/ekonomi/788089/umkm-sebagai-penggerak-ekonomi-di-tengah-pandemi-covid>
- Hassan, S., Ahmad Nadzim, S. Z., & Shiratuddin, N. (2015). Strategic use of social media for small business based on the AIDA model. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 172, 262-269
- Indonesia Masuk 3 Besar negara dengan pengguna whatsapp terbanyak di dunia pada 2022. (2023, Mei 11).  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/11/indonesia-masuk-3-besar-negara-dengan-pengguna-whatsapp-terbanyak-di-dunia-pada-2022>
- Ivanov, A. E. (2012). The Impact of Internet on Integrated Marketing Communication. *Procedia Economics and Finance Journal*, 3, 537-538. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(12\)00261-5](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(12)00261-5)
- Julianti, I., & Delliana, S. (2020). Rebel Together Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Madformakeup di Tengah Pandemi COVID-19. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 211-214.

Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2020, Desember 29). Pemulihan perekonomian indonesia setelah kontraksi akibat pandemi covid-19. djkn kementerian keuangan republik indonesia. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpkn/banjarmasin/baca-artikel/14769/Pemulihan-Perekonomian-Indonesia-Setelah-Kontraksi-Akibat-Pandemi-Covid-19.html>

Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2021, Maret 17). Pandemi covid-19 pacu adaptasi, gunakan teknologi digital. *Kominfo*. [https://www.kominfo.go.id/content/detail/32602/pandemi-covid-19-pacu-adaptasi-gunakan-teknologi-digital/0/berita\\_satker](https://www.kominfo.go.id/content/detail/32602/pandemi-covid-19-pacu-adaptasi-gunakan-teknologi-digital/0/berita_satker)

Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2021, Maret 4). Pemerintah targetkan vaksinasi covid-19 capai 300 juta dosis di akhir tahun 2021. *Kominfo*. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/38001/pemerintah-targetkan-vaksinasi-covid-19-capai-300-juta-dosis-di-akhir-tahun-2021/0/berita>

Kompas.com. (2020, Maret 12). WHO resmi sebut virus corona covid-19 sebagai pandemi global. *Kompas*. <https://www.kompas.com/sains/read/2020/03/12/083129823/who-resmi-sebut-virus-corona-covid-19-sebagai-pandemi-global?page=all>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). *Principles of Marketing* (12th ed.). Pearson.

Kusmarni, Y. (n.d.). Studi kasus (john w. creswell) oleh yani kusmarni. [http://file.upi.edu/Direktori/FPIPS/JUR.\\_PEND.\\_SEJARAH/196601131990012-YANI\\_KUSMARNI/Laporan\\_Studi\\_Kasus.pdf](http://file.upi.edu/Direktori/FPIPS/JUR._PEND._SEJARAH/196601131990012-YANI_KUSMARNI/Laporan_Studi_Kasus.pdf)

Lazarević-Moravčević, M. (2019). Characteristics of Marketing Communication Strategy of a Small Enterprise. *Economic Themes*, 57(3), 325-342

M.Dermawansyah, & Rizqi, R.M. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Digital Marketing pada Home Industri Kopichaya Robusta Sumbawa. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 9(2), 164-176.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2018). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. Sage publication.

- Muntazah, A., & Andhikasari, R. (2021). AIDA dalam Digital Marketing Communication Lembaga Amil Zakat Nasional DOMPET DHUFAFA. *Akrab Juara : Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 6(4), 73-83.
- Muntazah, A., Novalia, N., & Intan Emeilia, R. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Brand Loyalty pada Perusahaan Travel di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada CV. Khairil Tour & Travel). *Akrab Juara : Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(4), 211-221.
- MuriaNews. (2022, Juni 4). Psikolog: Marak Bunuh Diri, Warga Grobogan Butuh Self-Love. *Murianews*.  
<https://www.murianews.com/2022/06/04/293796/psikolog-marak-bunuh-diri-warga-grobogan-butuh-self-love>
- Novianita Rulandari, Nur Fitri Rahmawati, & Dewi Nurbaiti. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Pada Era NewNormal. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(4), 43-51.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Okezone Techno. (2020, Januari 16). Jumlah unduhan tiktok kalahkan facebook dan instagram. *Okezone*.  
<https://techno.okezone.com/read/2020/01/16/207/2153835/jumlah-unduh-tiktok-kalahkan-facebook-dan-instagram>
- Oriflakes. (n.d.). Tentang kami. <https://oriflakes.com/about/>
- Percy, L. (2008). *Strategic Integrated Marketing Communication: Theory and Practice* (1st ed.). Butterworth-Heinemann.
- Pickton, D. W., & Broderick, A. J. (2005). *Integrated Marketing Communications: Pulling It Together and Making It Work* (2nd ed.). Financial Times Prentice Hall.
- Pulizzi, J. (2014). *Epic content marketing: How to tell a different story, break through the clutter, and win more customers by marketing less*. McGraw Hill Professional.
- Rachmawati, I. N. (2007). Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11(1), 35-40.
- Sammis, K., & Engholm, M. (2015). *Influencer marketing for dummies*. John Wiley & Sons.

- Sandi, F. (2021, Juli 15). Buruh Ngenes! Suka Tak Suka corona Picu Gaji pekerja dipotong. *CNBC Indonesia*.  
<https://www.cnbcindonesia.com/news/20210715192846-4-261292/buruh-ngenes-suka-tak-suka-corona-picu-gaji-pekerja-dipotong>
- Schultz, H. (2004). Pulling it together. *Journal of Business Strategy*, 25(6), 36-40. <https://doi.org/10.1108/02756660410567796>
- Setiawati, I., & Widyatarti, P. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(1), 343- 346.
- Sigarlaki, S. A. (2017). Implementasi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Mempromosikan Esa Cipta Harapan School Samarinda Periode Maret– Juli 2016. *vol*, 5, 12.
- Simanjuntak, R. A. (2022, Oktober 6). Para pakar Sebut Masih Banyak Masyarakat Belum Mengenal Umbi Garut, Ini Manfaatnya. *Sindonews*.  
<https://edukasi.sindonews.com/read/905669/211/para-pakar-sebut-masih-banyak-masyarakat-belum-mengenal-umbi-garut-ini-manfaatnya-1665065404>
- Tempo Data. (2021). Perkembangan mingguan covid-19: Kasus covid-19 terus menurun. *Tempo Data*. <https://data.tempo.co/data/1513/perkembangan-mingguan-covid-19-kasus-covid-19-terus-menurun>
- Todorova, G. (2015). Marketing Communication Mix. *Trakia Journal of Sciences*, 13(1).
- Vaibhava. (2018). Digital Marketing: A Review. *International Journal of Trend inScientific Research and Development*, 2(3), 1562-1566.
- Widyastuti. (2016). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu: Solusi Menembus Hati Pelanggan*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila Press
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research Design and Methods* (6th Ed.). ThousandOaks, CA: Sage Publishing
- Ziki Rahmad Hidayat, A., Fauzia, B., & Damora, L. (2022). Strategi KomunikasiPemasaran Digital Zytadelia dalam Meningkatkan Brand Awareness di Masa Pandemi Covid-19. *Akrab Juara : Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(2), 203-217.

A, Fandi. (6 Oktober 2022). *Personal Interview*

April (10 November 2022 dan 16 Maret 2023). *Personal Interview*

Seno (6 Oktober 2022). *Personal Interview*

Tanti (6 Oktober 2022). *Personal Interview*

Bili dan Ayu ( 6 Oktober 2022). *Personal Interview*

Ani (19 Maret 2023). *Personal Interview*