

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M., Minarti, A., & T, U. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Toko Sulawesi Soppeng. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 5(1), 49–56. <https://doi.org/10.57093/metansi.v5i1.156>
- Agustin, E., & Susanti, R. (2024). Efektivitas Komunikasi Promosi Melalui Media Sosial Instagram Di Legen Villa Lubuk Minturun. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik*, 02(01), 72–79. <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jiksp/index>
- Akbar, M. F., Evadianti, Y., & Asniar, I. (2021). *Public Relations*.
- Alim, S. (2024). *Dasar-Dasar Strategi Komunikasi di Era Digital* (Issue March).
- Ardianto, E. (2015). Teori dan Metodologi Penelitian “Public Relation.” *Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen*, 1(2), 231–241.
- Dewi, L. P., Ambulani, N., Wibowo, S. E., & Suardana, I. M. (2024). *Buku Ajar Strategi dan Teknik Public Relations*.
- Fauziyah, H., Syauqi, A., Mubarak, I. A., & Zulknarnain, R. (2025). Transformasi Digital Pedagang Pasar Tradisional: Pelatihan Pemanfaatan Tiktok Live Untuk Meningkatkan Penjualan Di Pasar Lenteng Sumenep. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan Volume*, 3(4), 2667–2673.
- Filayly, T. N., & Ruliana, P. (2022). *Strategi Public Relations dalam Memulihkan Citra Perusahaan*. 3(1), 29–40.
- Gandariani, T. (2023). Pendekatan Komunikasi Internal dan Eksternal Public Relations: Analisis Strategis dalam Komunikasi Organisasi. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 7(2), 91–100.
- Herdayani, S., Safa’atul Barkah, C., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 103–121. <https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5878.103-121>
- Pameling, D. P., Sari, G., & Faradea, N. (2024). Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional di Era Digital. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(4), 16218–16223.
- Rusydi, F. S., Wibawa, D., & Tresnawaty, B. (2022). Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Eksistensi Pasar Malam: Studi Deskriptif Kualitatif pada CV. Kelana Jaya Putra. *Jurnal Hubungan Masyarakat*, 6(November), 181–200.

[http://digilib.uinsgd.ac.id/60961/%0Ahttp://digilib.uinsgd.ac.id/60961/49/4_BAB 1.pdf](http://digilib.uinsgd.ac.id/60961/%0Ahttp://digilib.uinsgd.ac.id/60961/49/4_BAB%201.pdf)

Safitri, S. (2023). Mengkaji Ruang Lingkup Public Relation. *Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen*, 1(12), 1–19.

Saleh, S. (2017). Analisis Data Kualitatif. In *Pustaka Ramadhan* (Vol. 1). <https://core.ac.uk/download/pdf/228075212.pdf>

Simon, M. K., & Alouini, M. (2004). Types of Communication. *Digital Communication over Fading Channels*, 2, 45–79. <https://doi.org/10.1002/0471715220.ch3>

Sitepu, E. S., Medan, P. N., Bascin, F., & Medan, P. N. (2020). *Professional Public Relations* (Issue May).

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta R&D. In *Alfabeta, CV* (Issue April).

Usman, A. R. (2013). *Buku Public Relation* (pp. 1–57).

Wibowo, F., Khasanah, A. U., & Putra, F. I. F. S. (2022). Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang dan Konsumen di Kabupaten Wonogiri. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 53–65. <https://doi.org/10.23917/benefit.v7i1.16057>

Yasin, N. A. A. (2022). Perkembangan Pasar Legi di Kabupaten Ponorogo Tahun 2002-2019. *E-Journal Pendidikan Sejarah*, 13(1), 1–12.

Yuni, I. D., Lubis, F. A., & Arif, M. (2024). *Analisis Potensi Pasar Tradisional Dalam Persaingan Di Era Digital Kabupaten Asahan*. 7, 190–197.