

DAFTAR PUSTAKA

- Alindri, H. F., Taufiqi, M. A., & Astuti, R. (2024). Strategi Pemasaran Online UMKM Menggunakan WhatsApp Business. *Mora Zilliansyah Dongoran STIKes*, 1(2), 51–60.
- Anjari, B. G., Tatiana Kristianingsih, Izzatul Ulya, Rizka Rahmawati, & Zhulvardyan Armayrishtya. (2025). Pendampingan Pemanfaatan WhatsApp Business untuk Media Pengarsipan dan Pemasaran Digital. *Jurnal Abdimas Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 50–57. <https://doi.org/10.31294/cdjazy05>
- Calista, L. A., & Trilestari, L. (2025). Pola Komunikasi Digital dalam Meningkatkan Service Excellent di PT Iframe Multimedia. 7176–7186. <https://doi.org/https://doi.org/10.24815/jr.v8i4.50202>
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *EFFECTIVE PUBLIC RELATIONS*.
- Deva Satria Pamungkas, Indra Bahari Saputra, & April Laksana. (2024). Strategi Komunikasi Digital Melalui Media Sosial Untuk Membangun Kepercayaan Konsumen. *Konsensus : Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 88–94. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.461>
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan)*. Deepublish.
- Gunawan, I. S., & Dulwahab, E. (2024). Strategi Public Relations dalam Upaya Meningkatkan Citra Positif Lembaga. In *Reputation Jurnal Hubungan Masyarakat* (Vol. 8, Issue 1, pp. 1–22). <https://doi.org/10.15575/reputation.v8i1.29805>
- Hasan, K., Utami, A., Eni, S., Izzah, N., & Cahya, S. (2023). KOMUNIKASI DI ERA DIGITAL : ANALISIS MEDIA KONVENSIIONAL VS NEW MEDIA PADA KALANGAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MALIKUSSALEH ANGKATAN 2021. 2(1), 56–63.
- Iskandar, D. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Loyalitas Kerja Pegawai. *PERSEPSI: Communication Journal*, 4(1), 31–42. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v>
- Jihan Lediyasni Raba, Johnston Barnes Sagala, Krista Sabbathini Sinaga, Jeremia Tampubolon, & Grace Orlyn Sitompul. (2025). PEMANFAATAN WHATSAPP BUSINESS DALAM MENINGKATKAN EFISIENSI DAN PELAYANAN PADA UMKM JACRENTAL. *BUDIMAS : JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 7(1), 1–23. <https://doi.org/10.29040/budimas.v7i1.16951>
- Kurniawati, A. E., Anna, R., Kencana, L., Solehah, R., & Haedar, A. (2024). Analisis Perkembangan dan Relevansi Teori Komunikasi Digital dalam Era Media Sosial : Suatu Kajian Literatur. 4(3), 124–134.
- Kusuma, Y. (2021). Pentingnya Strategi Komunikasi Dalam Berkomunikasi. <https://doi.org/https://doi.org/10.55314/jsp.v2i5.151>
- Melita, Y. (2019). PERENCANAAN DAN STRATEGI KOMUNIKASI YANG TEPAT MERUPAKAN SOLUSI KOMUNIKASI YANG EFEKTIF Yerah Melita *). 6(2).

- Putri, I. J., & Yuliana, N. (2025). Transformasi Strategi Public Relations: Studi Literatur atas Perkembangan Strategi PR dalam Era Digital. ... : *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(0), 70–84.
<https://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA/article/view/3141%0A>
- Reportal, D. (2025). *Digital 2025: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Ruliana, P., & Dwiantari, R. (2015). Strategi *Public Relations* Hotel dalam Membentuk Citra Objek Wisata. *Jurnal ASPIKOM*, 2(4), 255.
<https://doi.org/10.24329/aspikom.v2i4.76>
- Safitri, D. I., Gami, E. A., As-Syifa Alifia, H., & Rosadi, H. (2024). Pemanfaatan Platform Media Sosial *WhatsApp* Sebagai Media Pembelajaran Abad 21. *JIP-Jurnal Ilmu Pendidikan*, xx(xx), 20. <https://journal.al-aarif.com/index.php/jurnalilmupendidikan/article/view/33/11>
- Saputra, F., Lake, Y., & Taena, E. T. (2024). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TELEKOMUNIKASI PT. TELKOM INDONESIA. <https://doi.org/10.53978/jd.v5i1.45>
- Sari, M. N. (2025). Implementasi Strategi Digital Marketing Berbasis *WhatsApp Business* pada UMKM Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akutansi Keuangan Bisnis Digital*, 4, 137–144. <https://doi.org/https://doi.org/10.58222/jemakbd.v4i1.1249>
- Soegiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Syaikhoni, A. F. (2024). *Komodifikasi Kemiskinan dalam Tayangan Keislaman: Analisis Isi pada Konten YouTube Baim Paila Edisi Ngasal Sahur*.
- Wijaya, T. (2018). Manajemen Kualitas Jasa, Edisi Kedua. *Jakarta: PT. Indeks*, 12(2), 128–138.
- Zaiamri, M., & Abidin, Z. (2022). *Pelaksanaan Komunikasi Strategik Daripada Sudut Pandang Pengurusan Komunikasi Organisasi The Implementation of Strategic Communication from the Perspective of Organizational Communication Management*. 17(1), 52–69.
- Zuhri, A., Putra, H. R., Fazri, A., & Miftahurrahmah, M. (2022). Aplikasi Pesan Instan Accessible Di Era Komunikasi Kontemporer Tahun 2022 Bagi Digital Natives Indonesia. *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 14(2), 165–189.
<https://doi.org/10.23917/komuniti.v14i2.17729>