

DAFTAR PUSTAKA

- Afiffah, S. R., Fortuna, O. D., & Kusumah, T. M. (2022). *Penerapan Strategi Digital Marketing Model AIDA dalam Pemberdayaan Masyarakat Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Cakrawala , Rawalumbu , Kota Bekasi*. 2(2), 623–630.
- Andi, N. (2018). Promosi Pemasaran Potensi Industri Pariwisata dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Sinjai. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 281–288. <http://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/6965>
- Carollina, D., Angkawijaya, Y., & Abednego, V. A. (2022). Analisis “AIDA” pada Konten Instagram “Madame Gie” terhadap Minat Beli Konsumen. *Bahasa Rupa*, 5(2), 144–153.
- Evania, B. E., Kastaman, R., & Pujiyanto, T. (2022). Penggunaan Media Sosial Dengan Pendekatan Model Aida Bagi Roti Bund Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(1), 28. <https://doi.org/10.25157/ma.v8i1.5767>
- Firdaus, A. M., & Hadiyanto. (2022). Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Produk Olahan Pertanian Kopi Di Rumah Kopi Sunda Hejo. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 5(06.), 895–907. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v5i06..924>
- Haryani, D. S., & Fauzar, S. (2021). Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada UMKM Chacha Flowers. *Jurnal Manajerial Dan Bisnis Tanjungpinang*, 4(1), 12–20.
- Khairani, Z., Soviyant, E., & Aznuriyandi, A. (2018). Efektivitas Promosi Melalui Instagram Pada Umkm Sektor Makanan Dan Minuman Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Benefita*, 3(2), 239. <https://doi.org/10.22216/jbe.v3i2.2738>
- Laugu, N. (2020). *Eksistensi Media Sosial , Youtube , Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia 1 Hendra A . PENDAHULUAN Perkembangan teknologi media yang sangat pesat serta dengan kemajuan teknologi-teknologi yang semakin har*. 4(1), 41–57.
- Media, P., Dalam, S., Interaksi, M., Keluarga, A., Desa, D., Tombatu, K., Kabupaten, T., Tenggara, M., Liedfray, T., Waani, F. J., Lasut, J. J., & Timur, K. T. (2022). *Jurnal ilmiah society*. 2(1).
- Muhammad, T. S. S. (2017). Penggunaan Media Sosial dengan Pendekatan Model AIDA bagi Usaha Kecil dan Menengah. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 7(2), 114. <https://doi.org/10.21456/vol7iss2pp114-119>
- Muntazah, A., & Andhikasari, R. (2021). Aida Dalam Digital Marketing Communication Lembaga Amil Zakat Nasional Dompot Dhuafa. *Jurnal*

AKBAR JUARA, 6(4), 73–83.

- Nugroho, C. A. (2019). Widya Warta No. 02 Tahun XLI/Juli 2017 ISSN 0854-1981. *Widya Warta*, 41(02), 232–246.
- Oktavianti, S., & Hasrina, Y., Pt, P., Food, W., Kecamatan, D. I., & Lebar, A. (2020). *Jurnal Ilmiah Manajemen*. 09, 63–80.
- Ramadan, A. (2021). Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Produk “Rendang Uninam.” *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 5(1), 64–84. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v5i1.796>
- Rofifah, D. (2020). Potensi Budidaya Ikan Lokal Prospektif: BAUNG Hemibagrus nemurus. In *IPB Press*.
- Syamsuryadin, S., & Wahyuniati, C. F. S. (2017). Tingkat Pengetahuan Pelatih Bola Voli Tentang Program Latihan Mental Di Kabupaten Sleman Yogyakarta. *Jorpres (Jurnal Olahraga Prestasi)*, 13(1), 53–59. <https://doi.org/10.21831/jorpres.v13i1.12884>
- Theodora, D. (2021). Analisis Elemen AIDA Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung. *Palimpsest: Jurnal Ilmu Informasi Dan Perpustakaan*, 12(1), 37–47. <https://doi.org/10.20473/pjil.v12i1.25152>
- Wahyudi, A. D., Surahman, A., & Sivi, N. A. (2021). Penerapan Media Promosi Produk E-Marketplace Menggunakan Pendekatan AIDA Model dan 3D Objek. *Jurnal Informatika: Jurnal Pengembangan IT*, 6(1), 35–40.