

DAFTAR PUSTAKA

- Abu, H., Linda, J., & Nurhidayah. (2023). Meningkatkan Minat Belajar Peserta Didik Terhadap Pembelajaran Seni Budaya Melalui Metode Kreatif Pada Meteri Seni Tari. *Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Pembelajaran*, 5(3), 1–23.
- Afiffah, S. R., Fortuna, O. D., Kusumah, T. M., & Fauzi, A. (2022). Penerapan Strategi Digital Marketing Model AIDA dalam Pemberdayaan Masyarakat Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Cakrawala, Rawalumbu, Kota Bekasi. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(2), 623–630. <https://doi.org/10.54082/jamsi.286>
- Agustine, N., Kusumaningrum, R., & Nurkinan, N. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran UMKM Makanan@ Mochi Momi Dalam Promosi Melalui Instagram. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 10356–10371.
- Ananda, Y., & Fitri, K. (2023). Pengaruh Pengalaman Usaha , Teknologi Informasi dan Kemampuan Berwirausaha Terhadap Kinerja UMKM di Kota Pekanbaru. *Daya Saing*, 9(2), 251–260.
- Anisah, N., & Puspasari, R. (2024). *Sistem Informasi Kuesioner Materi Pembelajaran SMP Swasta Generasi Bangsa Martubung Menggunakan Skala Likert*. 2(2), 604–617.
- Arsi, A. (2021). Langkah-Langkah Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen dengan Menggunakan SPSS. *Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Darul Dakwah Wal-Irsyad*, 1–8.
- Awaludin, M. F., Dwi, B., & Rosali. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan Online Di Bukalapak Menggunakan Model Aida. *PROSIDING BIEMA Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1(2016), 1211–1225.
- Carollina, D., Angkawijaya, Y., & Abednego, V. A. (2022). Analisis “Aida” Pada Konten Instagram “Madame Gie” Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bahasa Rupa*, 5(2), 144–153. <https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v5i2.987>
- Febriana, N. (n.d.). *Optimasi Instagram Sebagai Pengembangan Strategi Promosi Bisnis Nail Art Di Kota Semarang*. 1–15.
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>
- Fres. (2022). Penerapan Integrated Marketing Communication (IMC) oleh AIOLA

- EATERY dalam Keberhasilan Promo Halal Bi Halal. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 02(8.5.2017), 2003–2005. <https://www.who.int/news-room/factsheets/detail/autism-spectrum-disorders>
- Habibah, A., & Syihabuddin. (2021). Evaluasi Keterampilan Menyimak Dengan Memanfaatkan Permainan Berbisik Berantai Dalam Pembelajaran Bahasa Arab. *Al-Ittijah: Jurnal Keilmuan Dan Kependidikan Bahasa Arab*, 12(2), 97–106.
- Kurnianto, Y. T. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pemasaran Minuman di Banjarbaru (Studi Pada Akun Instagram @tempatbiasa.kopi). *Ilmu Komunikasi*, 8.
- Lee, Y. I., & Trim, P. R. J. (2022). Enhancing Marketing Provision through Increased Online Safety That Imbues Consumer Confidence: Coupling AI and ML with the AIDA Model. *Big Data and Cognitive Computing*, 6(3). <https://doi.org/10.3390/bdcc6030078>
- Lubis, F. H., Hidayat, F. P., & Hardiyanto, S. (2022). Peningkatan Kemampuan Desain Grafis untuk Meningkatkan Kreativitas Dakwah pada PC IPM Medan Area. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 107–111. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v7i1.2308>
- Mentari, E., Ritonga, M., & Anita, B. (2023). *Strategi Pengembangan Usaha Fakultas Tuak melalui Optimalisasi Digital Marketing pada Instagram (Studi Kasus Pada Akun Instagram @fakultastuak)*. 4, 96–102.
- Mubarok, I., Andria, A., & ... (2023). Evaluasi Kualitas Website Profil Sekolah menggunakan Metode EUCS (Studi Kasus MTs Negeri 3 Magetan). ... (Seminar Nasional Hasil ..., 253–261. <http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/sendiko/article/view/4265%0Ahttp://prosiding.unipma.ac.id/index.php/sendiko/article/download/4265/3587>
- Muh. Muflih M, Abdul Muis Mappaloteng, & Mustari S. Lamada. (2023). Pengembangan Sistem Informasi Monitoring Pekerjaan Karyawan Berbasis Web Pada PT. Murfa Surya Mahardika Cabang Makassar. *Information Technology Education Journal*, 2(3), 77–85. <https://doi.org/10.59562/intec.v2i3.584>
- Mulyansyah, G. T., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Kuliner di Kawasan G-Walk Surabaya. *Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), 1097–1103. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/36056>
- Ono, S. (2020). Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation. *Jurnal Keterampilan Fisik*, 5(1), 55–61. <https://doi.org/10.37341/jkf.v5i1.167>
- Pebriany, S. A. (2020). Buana komunikasi. *Komunikasi Interpersonal Dalam Konsultasi Dokter Estetika Dengan Pasien Melalui Media Sosial Whatsapp*, 1(2), 127–136.

- Pratama, Q. R., & Mumtahana, H. A. (n.d.). *Evaluasi Kepuasan Pengguna Pada Layanan Website Kecamatan Jiwan menggunakan Metode User Centered Design Evaluation Of User Satisfaction On Website Services Using*. 307–316.
- Ramadhan, K. M., Dadang S. Anshori, & Ahmad Fuadin. (2024). Bahasa Iklan Dengan Teknik Copywriting AIDA di habiskerja.com. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, 10(1), 618–630. <https://doi.org/10.30605/onoma.v10i1.3334>
- Robby Aditya, & R Yuniardi Rusdianto. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96–102. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.386>
- Safitri, T. N., Terapan, F. I., Telkom, U., Pratondo, A., Terapan, F. I., Telkom, U., Zani, T., Terapan, F. I., Telkom, U., Magang, P., & Kampus, B. (2023). *Pembuatan Desain Konten Untuk Pengembangan Media Sosial Di PT . Citi Asia Internasional Content Design Creation For Social Media*. 9(3), 1362–1367.
- Sakina, F., & Aslami, N. (2022). Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing Terhadap Brand Equity. *Journal of Social Research*, 1(3), 178–184. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i3.36>
- Yulius, Y., & Pratama, E. (2021). Metode Design Thinking Dalam Perancangan Media Promosi Kesehatan Berbasis Keilmuan Desain Komunikasi Visual. *Besaung: Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 6(2), 111–116. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v6i2.1720>