

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Andreasen, A., & Kotler, P. (2009). *Strategic Marketing for Non-Profit Organizations 6th*
- Donovan, R., & Henley, N. (2010). *Principles and Practice of Social Marketing*. United Kingdom: Cambridge University Press.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Sudarsono, H. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Surabaya: Pustaka Abadi.

### Jurnal

- Artvanka, L., & Hidayat, R. (2021). ANALISIS PENGARUH CONTENT MARKETING INSTAGRAM. *e-Proceeding of Applied Science*, 3.
- Khusnul, N. T., & Nurhastuti. (2018). Hubungan Kampanye Digital dengan Brand Awareness. *Prodising Manajemen Komunikasi*, 4, 29.
- Rafiq, A. (2020). DAMPAK MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL SUATU. *Global Komunika*, 19.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*, 91.

### Skripsi & Tugas Akhir

- Agustin, D. P. (2022). Analisis Efektivitas Promosi Media Sosial pada Produk Skincare Avoskin Diukur Dengan EPIC Model. *Telkom University*. Bandung: Telkom University.

Ghaida, S. A. (2022). Analisis Efektivitas Iklan Media Sosial Instagram SMB Telkom Menggunakan EPIC Model dan Direct Rating Method Tahun 2022. *Telkom University*. Bandung: Telkom University.

Puspa, R. L. (2021). Analisis Efektivitas Iklan Media Sosial Instagram Indihome Bandung Menggunakan Metode EPIC Model. *Telkom University*. Bandung: Telkom University.

Yuristhasari, H. M. (2022). Efektivitas Iklan Campaign #IMPERFECTBEAUTY Elsheskin Dengan Pendekatan EPIC Model (Studi Pada Followers @elsheskin). *Telkom University*. Bandung: Telkom University.

### **Website**

<https://ivosights.com/read/artikel/digital-campaign-pengertian-fungsi-dan-tips-menerapkan-untuk-bisnis> (Diakses pada 28 Mei 2023).

<https://komputerisasi-akuntansi-d4.stekom.ac.id/informasi/baca/Apa-dan-Bagaimana-Peran-Media-Sosial-Untuk-Bisnis-Anda/ef0fe7be2421dcd006fcd976852510ae34c67503> (Diakses pada 30 Mei 2023).

<https://www.kompasiana.com/naufal17037/615fb7a506310e66140980f2/kemajuan-teknologi-di-bidang-pemasaran> (Diakses pada 26 Mei 2023).

<https://www.kominfo.go.id/content/detail/44678/kominfo-lanjutkan-lima-program-prioritas-di-2023/0/artikel> (Diakses pada 27 Mei 2023).

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/10/apjii-penetrasi-internet-indonesia-capai-7702-pada-2022> (Diakses pada 27 Mei 2023).

[https://www.kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media) (Diakses pada 27 Mei 2023)