

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Adam, A. (2021). Perempuan dan Literasi Di Era Digitalisasi. *Al-Wardah: Jurnal Kajian Perempuan, Gender dan Agama*. <https://doi.org/10.46339/al-wardah.xx.xxx>
- Adhaghassani, F. (2016). *Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7p (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) Di Cherryka Bakery*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Adriyana, L dan Darumoy, K. (2018, Desember). Persepsi followers @perpuseru terhadap akun instagram PerpuSeru menggunakan teori decoding-encoding. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 6(2). <http://dx.doi.org/10.33822/jep.v5i2.4329>
- Ananda, R. (2019). *Perencanaan Pembelajaran*. Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia (LPPPI).
- Bappeda DIY. (2017). "Pemberdayaan Perempuan dan Masyarakat". http://bappeda.jogiaprov.go.id/dataku/data_indikator_kinerja_pemda/detail/8-pemberdayaan-perempuan-dan-masyarakat
- Barus, R. K. (2015). Pemberdayaan Perempuan Melalui Media Sosial. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study (E-Journal)*, 1(2). <https://doi.org/10.31289/simbollika.v1i2.204>
- David, F. (2011). *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep*, Edisi 13. Jakarta: Salemba Empat.
- Effendy, O. U. (2015). *Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditia Bakti.
- Fauziah, N. (2014) . *Peran Modal Sosial dalam Kesejahteraan Ekonomi Rumah Tangga Petani*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Firdausya, I. (2020, Juli 6)." Perempuan Kurang Melek Teknologi". *Media Indonesia*. <https://mediaindonesia.com/humaniora/325865/perempuan-kurang-melek-teknolog>
- Fuadi, A. (2018). *Manajemen Pemasaran Sosial Pada Program Minggu Produktif Di Lembaga Rumah Semut Jalan Peduli*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ghoffar, R. N. A. (2019). *Pola Komunikasi Kelompok Pengurus Drum United Bandung Studi Deskriptif Mengenai Pola Komunikasi Kelompok Pengurus Drum United Bandung Dalam Mengembangkan Bakat Anggotanya*. Bandung: Universitas Komputer Indonesia.
- Hakim, A. & Wincoko. (2020). Strategi Pemasaran Sosial Dalam Meningkatkan Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru. *Jurnal Ilmiah SINTEKS, Vol 9 (2)*. ISSN: 1907-2007

- Hariyanti, Novi, & Wirapraja. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif Volume 15 No. 1*. ISSN 1829-7501
- Hasmawati, F. (2020). Karakteristik Komunikator Yang Efektif Dalam Komunikasi Antar Pribadi. *Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI) Vol. 4 No. 2*. ISSN: 2621-9492
- Hendroyono, H. (2012). *Semua Orang Adalah Brand Gardener*. Literati: Jakarta.
- Hereyah, Y. (2021). Iklan Mobil Di Media Cetak Analisis Elemen Copywriting Dan Visualisasi Di Majalah SWA. *Jurnal Visi Komunikasi Volume 13, No. 02*. <http://dx.doi.org/10.22441/visikom.v13i2.1652>
- Humas Kementrian PPPA. (2021, April 25). "Pemberdayaan Perempuan Kunci Keberhasilan Pembangunan Nasional". <https://www.kemenpppa.go.id/index.php/page/read/29/3164/pemberdayaan-perempuan-kunci-keberhasilan-pembangunan-nasional>
- Kartini. (2014). *Strategi Komunikasi Pemasaran Sosial Dalam Mengkampanyekan Program Pengelolaan Sampah Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Sosial Paguyuban Sukunan Bersemi Dalam Mengkampanyekan Program Swakelola Sampah Mandiri di Dusun Sukunan, Sleman Tahun 2003 – 2009*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia. (2021, April 25). "Pemberdayaan Perempuan Kunci Keberhasilan Pembangunan Nasional". <https://www.kemenpppa.go.id/index.php/page/read/29/3164/pemberdayaan-perempuan-kunci-keberhasilan-pembangunan-nasional>
- Khalifah, H. (2015). *Analisis Implementasi Produk Deposito Mudharabah Melalui Pendekatan Maqashid Syariah (Studi Kasus PT Bank Muamalat Indonesia)*. Malang: Universitas Islam Negeri Malang.
- Kotler, P & Amstrong, G. (2011). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, P & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*, 16th ed. London: Pearson.
- Lestari, R. B. (2010). Pemberdayaan Wanita Melalui Teknologi Informasi . *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI 2010)*. ISSN: 1907-5022.
- Lexy, J. M. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Luthfi, F. Z. (2017) *Peran Orang Tua Dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Anak*. Bandung: Universitas Pasundan
- Luthfiana, I. & Kania, D. (2014). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Sosial Terhadap Brand Awareness Ombudsman Republik Indonesia. *Journal Communication Spectrum*, 4(1). ISSN : 2087 - 8850
- Mardikanto, T, & Soebiato, P. (2013). *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Marwanti, S. & Astuti, I. D. (2012). Model Pemberdayaan Perempuan Miskin Melalui Pengembangan Kewirausahaan Keluarga Menuju Ekonomi Kreatif Di

- Kabupaten Karanganyar. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 9(1). <https://doi.org/10.20961/sepa.v9i1.48814>
- Maryamah, E. (2017). *Analisis Kontruksi Pengetahuan Matematika Melalui Penyelesaian Soal Materi Bilangan*. Tasikmalaya: Universitas Siliwangi.
- Melissa. (2012). *Penggunaan Storytelling Dalam Proses Terjadinya Word of Mouth Pada Kampanye Produk Indomie Versi "Cerita Indomie"*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Melya, A. (2017). *Strategi Pemasaran Sosial Pemerintah Kabupaten Kulon Progo dalam Gerakan Bela Beli Kulonprogo (Periode Maret 2013 - Agustus 2016)*. Yogyakarta: Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mustika, R. (2020). *Media Sosial dalam Pemberdayaan SDM Perempuan Di Industri Kreatif. Media, Komunikasi, Teknologi Informasi, dan Komunikasi*. ISBN: 978-623-91194-2-3.
- Nur, S. (2019). *Pemberdayaan Perempuan untuk Kesetaraan dan Meningkatkan Partisipasi dalam Pembangunan Lingkungan Hidup*. *AN-NISA: Jurnal Studi Gender dan Anak*, 10(1). <https://doi.org/10.30863/annisa.v10i1.388>
- Nurpratama, M. & Samsul, A. (2020). *Penerapan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kelurahan Karangmalang Kecamatan Indramayu Kabupaten Indramayu*. *Jurnal Investasi Vol.6/No. 2*. ISSN: 2442-4432@2020
- Nurul, A. (2021). *Penerapan strategi Bauran Pemasaran 7P Dalam Meningkatkan Penjualan Sambel Layah Arcawinangun*. Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto
- Octaviani, F., S.T., & Resnawaty, R. (2022). *Strategi Komunikasi dalam Corporate Social Responsibility Perusahaan sebagai upaya Pemberdayaan Masyarakat*. *Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial HUMANITAS*, 4(I). <https://doi.org/10.23969/humanitas.v4i1.4882>
- Pradita, A. (2013). *Pola Jaringan Sosial Pada Industri Kecil Rambut Palsu Di Desa Karangbanjar Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Prameswari, D. (2018). *Daya Tarik Influencer dalam Mempromosikan Bisnis Online Shop di Instagram : Studi Deskriptif Influencer @Aljanyh dalam Mempromosikan Bisnis Online Shop di Instagram*. Bandung: Universitas Komputer Indonesia.
- Puspita, E. (2012). *Analisa Manajemen Strategis pada PT Garuda Indonesia Berdasarkan Balanced Scoreboard Tahun 2010-2011*. Jakarta: Universitas Atma Jaya.
- Rachmawati, I. N. (2007). *Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara*. *Jurnal Keperawatan Vol.11 no.1 Maret 2007*. <https://doi.org/10.7454/jki.v11i1.184>.

- Rahadi, D. R. & Zaniat. (2016). *Sosial Media Marketing Dalam Mewujudkan E-marketing*. Jurnal Konferensi Nasional Teknologi Informasi dan Aplikasinya vol 4. <https://doi.org/10.14710/jtsiskom.4.1.2016.44-49>
- Rasita, E. (2017). *Peran Instagram Sebagai Media Sosial Penyebar Nilai Kesetaraan Gender Bagi Perempuan Indonesia*. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.
- Ratih, H. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Jakarta: CV. Alfabeta.
- Riadi, E (2016). *Statistika Penelitian Analisis Manual Dan IBM SPSS*. Jogjakarta: Andi Yogyakarta
- Rizkinaswara, L. (2020, July 01). " Literasi Digital Kurangi Kesenjangan Akses Digital Perempuan". <https://aptika.kominfo.go.id/2020/07/literasi-digital-kurangi-kesenjangan-akses-digital-perempuan/>
- Rosalina, S. & Subagio, H. (2015). *Analisis Pengaruh Product Image Terhadap Purchase Intention dengan Trust Sebagai Variabel Intevening Pada Blesscon PT. Superior Prima Sukses*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol. 3, No. 1. DOI: <https://doi.org/10.31955/mea.v5i3.1708>
- Rustandi, D. 2020. *Media, Komunikasi, Teknologi, Informasi dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Sari, D.R. (2021). *Pengelolaan Content Plan Instagram BPBD Jawa Barat pada masa pandemi covid-19*. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Sidiq, A. (2017). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Study Akun @fuadbakh*. Lampung: Universitas Islam Raden Intan Lampung.
- Siswanto, H.B. (2013). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sri, M. & Ismi A. D . (2012). Model Pemberdayaan Perempuan Miskin Melalui Pengembangan Kewirausahaan Keluarga Menuju Ekonomi Kreatif di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal SEPA*. Vol 9 No. 1. <https://doi.org/10.20961/sepa.v9i1.48814>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukotjo, H. & Radix, S. (2010). Analisa Marketing Mix-7P (Product, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 1(2).
- Suryani, I. (2014). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI Dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat. *Jurnal komunikasi*, 8(2). ISSN: 1907-848X.
- Sutrisno & Hadi. (1987). *Metodelogi Research*. Jilid 2. Yogyakarta: Andi Offset Yogyakarta.

- Suwarso, W. A. (2020). Persepsi Masyarakat tentang New Normal COVID-19. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* Vol.25. No.2. <http://dx.doi.org/10.26418%2Fproyeksi.v25i2.2603>
- Syindia,T. (2020). *Pengelolaan Modal Kerja di Berkah Wisata Bandung*. Bandung: Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
- Umanailo, M. C. B. (2019). Paradigma Konstruktivis. *OSF Preprints*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/9ja2t>
- Umar, N. P. (2021) *Analisis Framing Robert N Entman Pada Pemberitaan Hoax Seputar "Vaksin Covid 19" Di Media Online Liputan 6.Com Dan Kompas.Com Pada 22 Juni Dan 18 Februari 2021*. Ponorogo: Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Utomo, S. S. (2012). Pemasaran Sosial dan Kesadaran Hidup Sehat Suatu Kegiatan Lembaga Swadaya Masyarakat Yayasan Keluarga Sejahtera (YKS) Marsudi Siwi dalam Membangun Kesadaran Hidup Sehat Desa Lencoh Kecamatan Selo Kabupaten Boyolali Tahun 2012. *Jurnal Kommas*. ISSN: 1411-268X.
- Widiastuti, M. (2019). *Pelatihan Menjahit Dalam Meningkatkan Motif Berwirausaha Di Skb Kota Tasikmalaya*. Tasikmalaya: Universitas Siliwangi.
- Zamzani, N. (2015). *Rancangan Sistem Informasi : Akuntansi pada Yayasan Al-Inayah Purwosari Pasuruan*. Malang: Universitas Islam Negeri Malang.

