

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus, S. (2006). *Teori & paradigma penelitian sosial (Buku Sumber Untuk Penelitian Kualitatif)*. Yogyakarta: Penerbit Tiara Wacana.
- Agusta, I. (2003). Teknik pengumpulan dan analisis data kualitatif. *Pusat Penelitian Sosial Ekonomi*, 27.
- Amri, A. (2020). Dampak covid-19 terhadap umkm di indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 123–131.
- Andih, D. C. (2018). Peran media sosial (facebook , instagram, youtube) dalam menarik wisatawan mengunjungi objek wisata tetempangan hill kab. Minahasa prov. Sulawesi utara. *Jurnal Ekonomi Dan Pariwisata*, 13(1), 74-80.
- Anugrah, G. (2017). *Strategi komunikasi bisnis untuk mencapai tujuan pemasaran (studi kasus pada concept photography serang)*. (Universitas Sultan Ageng Tirtayasa). Diakses dari <http://repository.fisip-untirta.ac.id/827/1/>
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan validitas data melalui triangulasi pada penelitian kualitatif. *Teknologi Pendidikan*, 10, 46–62.
- Bayu, D. J. (2020). *6 sektor usaha paling terdampak saat pandemi corona..* Diakses pada 9 April 2021, dari [Databoks.katadata.co.id](http://Databoks.katadata.co.id)  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/15/6-sektor-usaha-paling-terdampak-saat-pandemi-corona>
- Hasanah, H. (2017). Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21.
- Hassa Nurrohim, & Anatan, L. (2009). Efektivitas komunikasi dalam organisasi. *Jurnal Manajemen*, 7(4), 1–9.
- Iswara, P. (2020). *Urgensi bantuan untuk UMKM*. Diakses pada 13 Maret 2021 dari [Katadata.co.id](http://Katadata.co.id).  
<https://katadata.co.id/padjar/infografik/5f87cf6f4d2b2/urgensi-bantuan-untuk-umkm>

- Karlina, R. (2020). *Analisis strategi pemasaran produk pembiayaan kredit usaha rakyat mikro di bri syariah kcp Mojoagung (institusi agama Islam negeri Ponorogo)*. In *Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*. Diakses dari <http://etheses.iainponorogo.ac.id/8894/>
- Kusniadji, S. (2017). Strategi komunikasi pemasaran dalam kegiatan pemasaran produk consumer goods (studi kasus pada pt expand berlian mulia di Semarang). *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 83–98.
- Mahfuz. (2017). Peranan komunikasi dalam meningkatkan prestasi peserta didik. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Ar-Rahman*, 2(1).
- Nasution, D. A. D., Erlina, & Muda, I. (2020). Dampak pandemi covid-19 terhadap perekonomian Indonesia. *Jurnal Benefita*, 5(2), 212–224.
- Nur Inah, E. (2015). Peran komunikasi dalam interaksi guru dan siswa. *Al-Ta'dib*, 8(2), 150–167.
- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2018). Kajian tentang efektivitas pesan dalam komunikasi. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 3(1), 90–95.
- Ojk.go.id. (2017). *Undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah*. Diakses pada 13 Maret 2021 dari Ojk.go.id. <https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Pages/Undang-Undang-Republik-Indonesia-Nomor-20-Tahun-2008-Tentang-Usaha-Mikro,-Kecil,-dan-Menengah.aspx>
- Pane, dr. M. D. C. (2021). *Virus corona*. Diakses pada 13 Maret 2021 dari Alodokter.com. <https://www.alodokter.com/virus-corona>
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi pemasaran (pemasaran sebagai gejala komunikasi dan komunikasi sebagai gejala pemasaran)* (pertama). Pranadamedia Group.
- Prabowo, A., & Heriyanto. (2013). Analisis pemanfaatan buku elektronik (e-book) oleh pemustaka di perpustakaan sma negeri 1 Semarang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 2(2), 152–161.

- Pratama, M. R. S., & Wahyuni, I. I. (2020). Komunikasi persuasif juru parkir sebagai fasilitator dalam penggunaan mesin terminal parkir elektronik (tpe) di kota bandung (studi deskriptif pada juru parkir resmi dinas perhubungan kota bandung). *E-Proceeding of Management*, 7(2).
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial* (Pertama). Pustaka Setia Bandung.
- Priantoro, B. (2019). Strategi komunikasi pemasaran melalui media whatsapp (studi kasus garuda indonesia solo). *Prosiding Seminar Nasional Cendekiawan*, 2–14.
- Purwanto, D. (2006). *Komunikasi bisnis* (edisi ketiga). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Putri, N. T. (2018). Personal branding selebgram melalui akun instagram (studi deskriptif pada akun @nadyarosmania). *Dialektika*, 5(2).
- Putu, G., Ardika, A., Kurniawan, P. S., Ayu, G., & Rencana, K. (2020). Kredit badan usaha milik desa (studi kasus pada BUMDes bina usaha mandiri desa dencarik kecamatan banjar kabupaten buleleng). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 9(1), 1–12.
- Rahman, I. A., & Panuju, R. (2017). Strategi komunikasi pemasaran produk fair n pink melalui media sosial instagram. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 214–224.
- Sa'adah, L. I. N., & Estiasih, T. (2014). Karakterisasi minuman sari apel produksi skala mikro dan kecil di kota Batu: kajian pustaka. *Jurnal Pangan Dan Agroindustri*, 3(2), 374–380.
- Sari, M. K. (2020). Sosialisasi tentang pencegahan covid-19 di kalangan siswa sekolah dasar di sd minggiran 2 kecamatan papar kabupaten kediri. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(1), 80–83.
- Sugiyono, D. (2008). *Metode penelitian bisnis*. Bandung: Pusat Bahasa Depdiknas.
- Suherman, A. (2020). *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Deepublish.

Tasnim, Sudarso, A., Anggusti, M., Munthe, R. N., Tanjung, R., Mistriani, N., Setiawan, Y. B., Simatupang, S., Sari, O. H., Saragih, L., Purba, B., Sari, M., & Dewi, I. K. (2021). *Komunikasi pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Ulya, F. N. (2020). *Kisah 2 UMKM bertahan di tengah pandemi, hingga bisa promosi berbiaya murah*. Diakses pada 9 April 2021 dari Money.kompas.com.  
<https://money.kompas.com/read/2020/12/18/143347726/kisah-2-umkm-bertahan-di-tengah-pandemi-hingga-bisa-promosi-berbiaya-murah?page=all>

Wahyudin, D., & Adiputra, C. P. (2019). Analisis literasi digital pada konten instagram @infinitygenre. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(1), 25-34.

