

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. (T. K. Media, Ed.) (Pertama). Pasuruan: CV.Penerbit Qiara Media.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., ... Abadi, H. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. (H. Abadi, Ed.). Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. (T. R. P. Setia, Ed.) (Cetakan 1). Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Sidiq, U., & Choiri, M. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*. (A. Mujahidin, Ed.) (Cetakan Pe). Ponorogo: CV. Nata Karya.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaksana, U. (2007). *Integrated Marketing Communications Teks dan Kasus* (Cetakan II). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sumber Jurnal

- Asse, R. A. A. (2018). Strategi pemasaran online (Studi kasus facebook marketing Warunk Bakso Mas Cingkrank di Makassar). *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 7(2), 219–231.
- Chinmi, M., & Marta, R. F. (2020). RuangGuru as an Ideation of Interaction and Education Revolution during COVID-19 Pandemic in Indonesia. *Revista Romaneasca pentru Educatie Multidimensionala*, 12(2Sup1), 118–129. <https://doi.org/10.18662/rrem/12.2Sup1/297>
- Dermawansyah, M., & Rizqi, R. M. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Digital Marketing Pada Home Industri Kopi Cahaya Robusta Sumbawa. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 1–6. Diambil dari <https://jurnal.uts.ac.id/index.php/jmb/article/view/1047/685>

- Efendi, N. M. (2018). Revolusi Pembelajaran Berbasis Digital (Penggunaan Animasi Digital Pada Start Up Sebagai Metode Pembelajaran Siswa Belajar Aktif). *Habitus: Jurnal Pendidikan, Sosiologi dan Antropologi*, 2(2), 173–182. Diambil dari <https://jurnal.uns.ac.id/habitus/article/viewFile/28788/19628>
- Faadilah, K., Naryoso, A., & Gono, J. N. (2022). Analisis Strategis Public Relations Zenius Dalam Upaya Membangun Branding Sebagai Platform Mitra Belajar Daring. *Jurnal Interaksi Online*, 10(3).
- Fahmi, R., Mazdalifah, & Pohan, S. (2022). Strategi Komunikasi Badan Kepegawaian Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Digitalisasi Pelayanan Kenaikan Pangkat Pegawai Negeri Sipil. *Jurnal Peurawi:Media Kajian Komunikasi Islam*, 5(1), 63–100.
- Hidayanto, S., & Kartosapoetro, I. S. (2020). Strategi Digital Branding pada Startup Social Crowdfunding (Studi Kasus pada Kitabisa.com). *KOMUNIKATIF : Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 9(1), 19–33. <https://doi.org/https://doi.org/10.33508/jk.v9i1.2259>
- Jabat, D. E. B., & Saragih, V. (2021). Perkembangan Startup Teknologi Pendidikan (EdTech) di Masa Pandemi Covid-19. *SKYLANDSEA PROFESIONAL Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Teknologi*, 1(2), 75–80.
- Marlena. (2020). Analisis Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PD. BPR Bank Daerah Tulungagung. *Jurnal Benefit*, 7(1), 41–51. Diambil dari <https://journal.unita.ac.id/index.php/benefit/article/view/271/251>
- Maula, N. (2020). Analisis Pengaruh Eksternal Pada Perusahaan Start-Up Bidang Pendidikan: Penggunaan Teknik Analisis Pest Di Cv. Big Edu Indonesia. *Jurnal Khazanah Intelektual*, 4(1), 645–658. <https://doi.org/10.37250/newkiki.v4i1.59>
- Pasaribu, D. S. O., Pebri, P., Banuari, N., Bhastary, M. D., & Anggraini, D. P. (2022). The Role Of Digital Talent And Mills Learning Model With Learning Motivation As Intervening Variable. *Jurnal Mantik*, 6(2), 2596–2601

- Putri, N. W. E. (2019). Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng Dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan di Buleleng. *Jurnal Komunikasi Professional*, 3(1), 39–55. Diambil dari <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp/article/view/1705/825>
- Sakti, A. (2021). *Analisis model bauran pemasaran 7P (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence) terhadap kepuasan pengguna jasa bimbingan belajar online Ruangguru*. Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Diambil dari <http://digilib.uinsgd.ac.id/id/eprint/36900>
- Winasis, S., & Riyanto, S. (2020). Transformasi Digital di Industri Perbankan Indonesia: Impak pada Stress Kerja Karyawan. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 7(1), 55–64. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v7i1.3162>

Sumber Internet

- Eka, R. (2020). Tren Platform Edtech di Indonesia. Diambil 24 November 2022, dari <https://dailysocial.id/post/tren-edtech-di-indonesia>
- Herman. (2022). Raih Pendanaan dari Init-6, Ini Fokus Startup B. Diambil 29 Agustus 2022, dari <https://www.beritasatu.com/ekonomi/940983/raih-pendanaan-dari-init6-ini-fokus-startup-B>
- Kahfi. (2022). Modal Ventura Bentuk Achmad Zaky Kucurkan Pendanaan ke Startup “B.” Diambil 29 Agustus 2022, dari <https://teknologi.bisnis.com/read/20220618/266/1545138/modal-ventura-bentukan-achmad-zaky-kucurkan-pendanaan-ke-startup-B>
- Kure, E. (2022). Platform B Raih Pendanaan dari init-6. Diambil 29 Agustus 2022, dari <https://investor.id/it-and-telecommunication/297307/platform-B-raih-pendanaan-dari-init6>
- Nabila, A. (2022). 10 Perusahaan Startup Education Technology di Indonesia, Ruangguru hingga Pahamify. Diambil 29 Agustus 2022, dari <https://www.parapuan.co/read/533269842/10-perusahaan-startup-education->

technology-di-indonesia-ruangguru-hingga-pahamify?page=all

- Nabila, M. (2022). Startup Edtech B Cari Pendanaan Segar Lewat Platform SCF FundEx. Diambil 29 Agustus 2022, dari <https://dailysocial.id/post/startup-edtech-B-cari-pendanaan-segar-lewat-platform-scf-fundex>
- Putra, I. R. (2021). Jenis Pekerjaan Baru Muncul di Industri 4.0, Ini Kemampuan Harus Disiapkan Pekerja. Diambil 12 September 2022, dari <https://www.merdeka.com/uang/jenis-pekerjaan-baru-muncul-di-industri-40-ini-kemampuan-harus-disiapkan-pekerja.html>
- Rahayu, N., & Hidayah, F. N. (2018). 7 Karakteristik Startup. Diambil 12 Oktober 2022, dari <https://wartaekonomi.co.id/read176487/7-karakteristik-startup.html>, Portal Berita ekonomiminggu, 24 Februari 2019
- RI Kekurangan 9 Juta Pekerja Bidang Informasi dan Komunikasi Teknologi. (2022). Diambil 23 November 2022, dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20220124182546-92-750610/ri-kekurangan-9-juta-pekerja-bidang-informasi-dan-komunikasi-teknologi>
- Septiani, L. (2022). Indonesia Butuh 9 Juta Talenta Digital, Ini yang Paling Banyak Dicari. Diambil 12 September 2022, dari <https://katadata.co.id/syahrizalsidik/digital/62ebe808503d3/indonesia-butuh-9-juta-talenta-digital-ini-yang-paling-banyak-dicari>
- Syahputra, E. (2022). Krisis Talenta Digital, Butuh Tambahan 47 Juta Orang di 2030. Diambil 12 September 2022, dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220518135208-37-339847/krisis-talenta-digital-butuh-tambahan-47-juta-orang-di-2030>
- Tari, D. N. (2018). Teknologi Jadi Ancaman, tapi Ciptakan Lapangan Kerja Baru. Diambil 12 September 2022, dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20180411/9/783114/teknologi-jadi-ancaman-tapi-ciptakan-lapangan-kerja-baru>
- Wibowo, P. J. J., & Dinilhaq, A. (2021). Apa Itu Transformasi Digital. Diambil 12 September 2022, dari <https://wartaekonomi.co.id/read332406/apa-itu-transformasi-digital?page=1>