

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, D., Said, M., & Febrina, D. (2019). Penggunaan Saluran Komunikasi Untuk Memenuhi Kebutuhan Informasi Wanita Pengusaha Kuliner Kota Depok. *Jurnal Komunikasi Global*, 8(1), 38–50.
- Ayuni, Q., Cangara, H., & Arianto, A. (2019). The Influence of Digital Media Use on Sales Level of Culinary Package Product Among Female Entrepreneur. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 23(2), 129– 141. <https://doi.org/https://doi.org/10.33299/jpkop.23.2.2382>
- Halvorson, K., & Rach, M. (2012). *Content Strategy for the Web*. CA: New Riders.
- Pedoman Magang Polije, (2022). Pedoman Magang Sarjana Terapan. Politeknik Negeri Jember.
- Pedoman KTI Polije (2019). Pedoman Karya Tulis Ilmiah. Politeknik Negeri Jember.
- Putri, V. K. A. (2018). Media Sosial Terintegrasi dalam Komunikasi Pemasaran Brand: Studi Komparasi Pemanfaatan Media Sosial Oleh High dan Low Involvement Decision Brand. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 4(2), 08–115. <https://doi.org/https://doi.org/10.7454/jki.v4i2.8889>
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wuebben, J. (2012). *Content is Currency*. MA: Nicholas Brealey.