

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. (2018). *Efektifitas Youtube Sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi Pada Serambi on TV)*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Diakses dari : <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/5845>.
- Ali, M. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Sepatu Secondhand Pada Akun Instagram@Badkidstore*. UPN" VETERAN" JATIM. Diakses dari : <http://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/1505>.
- Annur, C. M. (2020, 11 11). *Jenis Konten yang Paling Banyak Ditonton di YouTube*. Retrieved from databoks: Diakses pada Februari 2024 <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/jenis-konten-yang-paling-banyak-ditonton-di-youtube>
- Azizah, H. (2020). *Konten Kreatif Youtube Sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Youtuber Kota Metro)*. IAIN Metro. Diakses dari : <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/2927>.
- Duzzle. (2023, April 9). *Bagaimana Windah Basudara Menjadi Streamer Terbesar Di Indonesia?* Retrieved from Youtube.com: <https://www.youtube.com/watch?v=NZPLf14xV5w&t=235s>
- Effendy, A. A., & Sunarsi, D. (2020). Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM dan Efektivitas Promosi Melalui Online di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi & Akuntansi (MEA)*, 4(3), 702-714.
- Fadhallah, R. A. (2020). *Wawancara*. UNJ Press.
- Fadhila, S. A. (2018). Penggunaan Digital Guerilla Marketing Dalam Usaha Kecil dan Mengengah. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 95-100.
- Farouk, F. (2012). The Role of Guerrilla Marketing Strategy to Enrich The Aesthetic and Functional Values of Brand in Egyptian Market. *International Design Journal*, 2(1), 21-29.
- Fitrah, M., & Luthfiah. (2017). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. CV Jejak.
- Galih, R. C. (2017). Guerrilla Marketing: Dilema Efisiensi Biaya Dan Efektifitas Promosi Dalam Mendapatkan Konsumen. *Arthavidya Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 17(2), 1-8.
- Hairah, U., Hatta, H. R., Mardais, M., Diyana, W. N., Irvansyah, M., Sadanu6, A. I., & Mujiono, M. N. (2022). Pelatihan Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Bagi Warga Dusun Rejosari, Kalimantan Timur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213-216.

- Hariyanto, A., & Putera, A. (2022). Konten Kreator Youtube Sebagai Sumber Penghasilan (Telaah Kritis Hukum Ekonomi Syari'ah). *Jurnal Al-Hukmi*, 3(2), 243-262.
- Hayes, A. (2023, July 31). *What Is Guerrilla Marketing? Definition, Examples, and History*. Retrieved from Investopedia: Diakses pada April 2024 dari <https://www.investopedia.com/terms/g/guerrilla-marketing.asp>
- Hermawan, F. (2022). Analisis Minat Masyarakat Pengguna Platform YouTube Sebagai Media Komunikasi Digital Masa Kini. *JURNAL MANAJEMEN*, 14(3), 564-573.
- Hutagalung, M. A. (2019). Analisa Pembiayaan Gadai Emas Di PT Bank Syari'ah Mandiri KCP Setia Budi. *Jurnal Al-Qasd Islamic Economic Alternative*, 1(1), 116-126.
- Kindarto, A. (2013). *Belajar Sendiri Youtube*. PT Elex Media Komputindo.
- Leksono, S. (2013). *Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi: Dari Metodologi ke Metode*. Rajawali Pers.
- Luttrell, R. (2015). *Social Media: How to Engage, Share, and Connect*. Rowman & Littlefield.
- Malihah, S. (2021). *Strategi Hubungan Masyarakat Pemerintah Kota Bekasi dalam Diseminasi Informasi Publik Melalui Media Sosial Instagram*. Universitas Islam 45 Bekasi.
- Mashadi, & Suardy, W. (2020). Peningkatan Strategi Marketing Bagi Pelaku UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(2), 191-200. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v1i2.523>
- Moleong, L. J. (2018). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosadakarta.
- Muttaqin, F. (2019). *Penerjemahan Konten Youtube Channel Fly With Haifa*. Fakultas Adab dan Humaniora UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Diakses dari : <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/50583>.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Ngai, S. (2020). *Theory of The Gimmick : Aesthetic Judgment and Capitalist Form* Sianne Ngai. Harvard University Press.
- Nurani, Indah , N., Uswatun, Maula, D., Maula, & Hamdani, L. (2020). Analisis Proses Pembelajaran Matematika Berbasis Daring Menggunakan Aplikasi Google Classroom Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal PGSD*, 6(1), 50-56.
- Prasetyo, R. A., & Andriani, A. (201). Proses Pembelajaran Daring Menggunakan Media Aplikasi Google Meet Terhadap Keaktifan Peserta Didik Kelas IV

- SD Negeri 2 Pliken Kembaran Banyumas. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 4(2), 389-399.
- Prayogi, Y., & Ritonga, M. H. (2024). Persepsi Millenials terhadap Penggunaan Media Sosial Youtube Sebagai Media Content Video Creative: Studi Deskriptif pada Pengguna Youtube di Kecamatan Tapian Dolok Kabupaten Simalungun. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(3), 2214.
- Purnamasari, A., & Afriansyah, E. A. (2021). Kemampuan Komunikasi Matematis Siswa SMP pada Topik Penyajian Data di Pondok Pesantren. *Jurnal Pendidikan Matematika*, 4(2), 207-222.
- Putra, A., & Patmaningrum, D. A. (2018). Pengaruh Youtube di Smartphone Terhadap Perkembangan Kemampuan Komunikasi Interpersonal Anak. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 21(2), 159-172.
- Ramadhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Cipta Media Nusantara (CMN).
- Riskita, A. (2022, Mei 2). *Gimmick Marketing, Teknik Pemasaran Berpotensi Viral!* Retrieved from Sirclo: Diakses pada Februari 2024 dari <https://store.sirclo.com/blog/gimmick-marketing/>
- Rosalia, H., & Maidar, M. (2022). Analisis Efektivitas Dan Efisiensi Anggaran Belanja Pada Dinas Kominukasi, Informatika dan Persandian Kabupaten Simeulue Tahun 2018-2020. *Jurnal Serambi Akademica*, 10(6), 588-594.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Deepublish.
- Simarmata, J. (2010). *Rekayasa Web, CV*. Andi Offset.
- Sondak, S. H., Taroreh, R. N., & Uhing, Y. (2019). Faktor-Faktor Loyalitas Pegawai Di Dinas Pendidikan Daerah Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(1), 671-680.
- Su, R. (2023). *SEO Youtube*. Elex Media Komputindo.
- Tamburaka, A. (2016). *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Rajawali Press.
- Wihansyah, A., Aminuyati, & Okianna. (2021). Analisis Efektivitas Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Pada PT. Cepat Versi Arli Singkawang. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 10(11), 1-8.
- Yahya, S. A. (2019). New Media dan Strategi Periklanan. *Aktualita: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 9(1), 17-31.