

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfiana, K. R. (2024). *Strategi crowdfunding melalui kampanye media sosial Instagram @runtocare Semarang–Yogyakarta 150 km*. *Kaganga Komunika: Journal of Communication Science*, 6(1), 1–10.
- Andriani, F. (2018). *Fenomena social climber melalui twitwar*. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(2), 349–360.
- Aprilia, L., & Wibowo, S. S. (2017). *The impact of social capital on crowdfunding performance*. *The South East Asian Journal of Management*, 11(1), 44.
- Barthelemy, F. (2019). *Strategi komunikasi crowdfunding melalui media sosial (Crowdfunding Communication Strategy through Social Media)*. *Jurnal IPTEKKOM*, 21(2), 155–168.
- Benedict, E., & Ariestya, A. (2020). *Pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap sikap berdonasi melalui platform crowdfunding*. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 167–184.
- Desita, N. I. (2023). *Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana penggalangan dana (Studi fenomenologi pada media Instagram @berbuatbaik.id)* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta].
- Eriyanto. (2011). *Analisis isi: Pengantar metodologi untuk penelitian ilmu komunikasi dan ilmu-ilmu sosial lainnya*. Kencana Prenada Media Group.
- Flew, T. (2008). *Media: An introduction (3rd ed.)*. Oxford University Press.
- Hamda, F. (2020). *Peradaban media sosial di era 4.0. Intelegensi Media*.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). *Pengaruh influencer marketing sebagai strategi pemasaran digital era modern (sebuah studi literatur)*. *Eksekutif*, 15(1), 133–146.

- Hakim, R. (2022). *Manajemen pengelolaan keuangan organisasi non-profit* (Vol. 1). UMMPress.
- Julia, D. D. (2023). *Penggunaan aplikasi TikTok dalam meningkatkan minat beli konsumen (Studi kasus usaha Chill Bill & Platter)*.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer Petersalim. (2018). *Modern English Pers*.
- Kriyantono, R. (2017). *Teori-teori public relations perspektif barat & lokal: Aplikasi penelitian & praktik*. Kencana.
- Krippendorff, K. (1980). *Analisis isi: Pengantar teori dan metodologi* (F. Wajidi, Ed.). Raja Grafindo Persada.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology* (2nd ed.). Sage.
- Kuncoro, M. (2020). *Strategi meraih keunggulan kompetitif di era industri 4.0*. Penerbit Andi.
- Palupi, R., et al. (2021). *Analisis penggunaan aplikasi TikTok sebagai media dakwah di era modern. Academica: Journal of Multidisciplinary Studies*, 5(1), 89–104.
- Prasetyo, D., Fitriyani, N., & Pradana, B. C. S. A. (2022). *Strategi komunikasi ECOTON dalam mendapatkan donatur melalui program crowdfunding di Kitabisa.com*. *Environmental Pollution Journal*, 2(1).
- Putra, K. A. S. U., et al. (2021). *Persepsi masyarakat terhadap aplikasi TikTok sebagai media menurunkan tingkat stres di era pandemi COVID-19*. *Widya Duta: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Budaya*, 16(1), 67–73.
- Rafenda, S. (2022). *Pengaruh kekuatan influencer Instagram terhadap niat pembelian dimediasi oleh sikap pada lifestyle influencer*.
- Ritonga, E. Y. (2018). *Teori agenda setting dalam ilmu komunikasi*. *Jurnal Simbolika*:

- Rukin, S. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Rumata, V. M. (2017). *Analisis isi kualitatif Twitter “#TaxAmnesty” dan “#AmnestiPajak*.  
Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi dan Pembangunan), 18(1), 1–18.
- Setiadi, A. (2016). *Pemanfaatan media sosial untuk efektivitas komunikasi*. Cakrawala: Jurnal Humaniora, 16(2).
- Simamora, V., & Umry, R. A. (2020). *Pengaruh influencer dan social media sebagai strategi marketing Baba Rafi Enterprise terhadap keputusan pembelian produk Ngikan dengan brand awareness sebagai variabel moderating*. *Journal for Business and Entrepreneurship*, 4(1).
- Simulasi Kredit. (2024). *Apa itu crowdfunding? Definisi crowdfunding*.  
<https://www.simulasikredit.com/apa-itu-crowdfunding-definisicrowdfunding/>  
(Diakses pada 10 Desember 2024)
- Susilowati, R. (2022). *Pengaruh social media marketing Instagram terhadap keputusan pembelian produk di Sonokuno Kitchen Jakarta*. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(02), 49–56.
- Thaib, E. J., & Ag, M. (2021). *Problematika dakwah di media sosial*. Insan Cendekia Mandiri.
- Umanailo, M. (2003). *Paradigma konstruktivis*. *Paradigma*, 75.
- Vivian, J. (2008). *Teori komunikasi massa*. Kencana.
- Wahjono, S. I. (2022). *Apa itu crowdfunding*. ResearchGate.  
<https://www.researchgate.net/publication/APAITU-CROWDFUNDING.pdf>