

**PERENCANAAN PROMOSI WITSA *HOUSE*
WEDDING & GALLERY DENGAN APLIKASI TIKTOK**

PROYEK AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat menempuh studi
Program Studi Pengelolaan Konvensi dan Acara
Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Disusun Oleh:
Fadhila Tsaniya Rachman
Nomor Induk: 201923294

**PROGRAM STUDI
PENGELOLAAN KONVENSI DAN ACARA
JURUSAN PERJALANAN**

**POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

**"PERENCANAAN PROMOSI WITSA HOUSE WEDDING & GALLERY DENGAN
APLIKASI TIKTOK"**

NAMA : FADHILA TSANIYA RACHMAN
NIM : 201923294
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN KONVENSI DAN ACARA
JURUSAN : PERJALANAN

Pembimbing I



Dendy Sundayana, S.Si., M.M.Par
NIP: 197310012005021 001

Pembimbing II



Wisnu Prahadianto, SE., M.Sc.
NIP: 19730315 200605 1 002

Bandung, 16 Agustus 2023

Mengetahui,
Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan
Kerja Sama



Ni Gusti Made Kerti Utami., BA., MM.Par., CHE
NIP. 19710316 199603 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

PERENCANAAN PROMOSI WITSA HOUSE WEDDING & GALLERY

NAMA : FADHILA TSANIYA RACHMAN
NIM : 201923294
JURUSAN : PERJALANAN
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN KONVENSI DAN ACARA

Pembimbing Utama,



Dendy Sundayana, S.Si., M.M.Par
NIP. 197303152006051002

Pembimbing Pendamping,



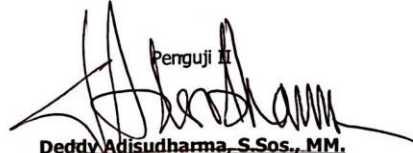
Wisnu Prahalianto, SE., M.Sc.
NIP. 19730315 200605 1 002

Penguji I



Indrivani Handiyastuti S.T.Kom., M.Sc., CHE
NIP. 19800121 200502 2 001

Penguji II



Deddy Adisudharma, S.Sos., MM.
NIP. 19800121 200502 2 001

Bandung, 16 Agustus 2023

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama

Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par CHE.
19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung



Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc., CHE
NIP. 19710506 199803 1 001

Proyek Akhir ini akan aku persembahkan kepada :

Allah SWT

Karena atas izinnya dan karunianya proyek akhir ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu dan memberikan jalan untuk dapat melewati masa - masa sulit penulis dalam pembuatan proyek akhir ini. Juga ucapan puji dan syukur tidak berhenti kepada Allah SWT yang telah memberikan penulis kesehatan, hidayah, dan rahmatnya kepada penulis dan orang - orang terkasih penulis.

Bunda dan Ayah tersayang

Terima kasih karena selalu mendoakan, mendukung, menyemangati, dan pengorbanan yang dilakukan hingga saat ini. Semoga karya ini dapat menjadi tanda bukti hasil kerja keras dalam mendidik dan mendukung penulis hingga saat ini.

Kakak Witsqa

Terima kasih atas dukungan dan doanya untuk penulis, walaupun jauh dan tidak pernah tersampaikan secara langsung.

Teman – Teman Penulis

Terima kasih sudah menemani dan memberi warna dalam kehidupan sehari - hari penulis dalam pengerjaan proyek akhir ini khususnya untuk Nabila, Ifhana, Kasya, Dyno, dan Citra.

Rekan – Rekan Rumah Nanas Kami

Terima kasih sudah berjuang bersama selama 4 tahun. Terima kasih atas segala momen, pelajaran, tawa, dan duka yang kita semua lakukan bersama selama 4 tahun kebelakang. Semoga apapun yang kalian lakukan, usahakan, dan cita – citakan dapat terwujud. Doa terbaik dan dukungan penulis selalu menyertai kalian semua.

Dosen Prodi PKA dan Dosen Pembimbing

Terima kasih atas ilmu, dukungan, saran, dan bimbingannya selama penulis menuntut ilmu di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini. Semoga ilmu yang telah diberikan kepada penulis dapat berguna dan bermanfaat bagi kehidupan penulis untuk terjun langsung di Industri.

Diriku Sendiri

Karena telah bertahan, berusaha, dan melakukan yang terbaik dalam penyusunan proyek akhir ini. Banyak hal yang terjadi dalam hidup selama menjadi mahasiswa akhir, terima kasih karena sudah mampu untuk menjalankan semuanya.

The world seems to against you, the journey may leave a scar.

But scars can heal and reveal, just where you are.

- Moana.

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Fadhila Tsaniya Rachman
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 25 April 2001
NIM : 201923294
Program Studi : Pengelolaan Konvensi dan Acara
Jurusan : Perjalanan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:
Perencanaan Promosi Witsa House Wedding & Gallery dengan Aplikasi TikTok
ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 16 Agustus 2023



Fadhila Tsaniya Rachman

ABSTRAK

Penyelenggaraan sebuah acara saat ini telah menjadi hal yang penting di masyarakat. Dalam sebuah penyelenggaraan acara tentu memerlukan sebuah Event Organizer yang dapat membantu mengatur sebuah acara, yang tentunya didalamnya diperlukan kemampuan Event Management yang baik. Dalam Event Management sendiri terdapat bagian spesialisasi untuk menangani acara tertentu yang salah satunya menangani acara pernikahan yang dikenal sebagai Wedding Organizer. Pada era digital seperti saat ini pelaku usaha memerlukan sebuah perencanaan promosi untuk dapat memasarkan jasanya serta agar dapat bertahan ditengah persaingan dengan pesaing di bidang serupa. Witsa House Wedding & Gallery merupakan sebuah Wedding Organizer yang merupakan rintisan pribadi yang telah berjalan sejak tahun 2012 yang berfokus kepada pernikahan tradisional Indonesia.

Penelitian ini menggunakan pendekatan RACE yang dikemukakan oleh Smart Insight, dimana teori ini bertujuan untuk membantu sebuah usaha yang berkembang untuk merencanakan dan menjalankan promosi digital dengan lebih terstruktur. Reach, Act, Convert, dan Act (RACE) sendiri berfungsi untuk menjangkau, Berinteraksi, Konversi, dan Keterlibatan.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif yang memiliki populasi sebanyak 207 yaitu followers dari TikTok @witsawedding dengan jumlah sampel sebanyak 70 dengan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah non - probability sampling dengan metode purposive sampling.

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan bahwa promosi melalui media sosial TikTok Witsa House Wedding & Gallery masih belum maksimal sehingga diperlukan perbaikan dan perencanaan konten promosi khususnya menggunakan sosial media aplikasi TikTok agar dapat menghasilkan konten promosi yang lebih baik lagi.

Peningkatan frekuensi pengunggahan konten Witsa House Wedding & Gallery perlu ditingkatkan lagi dengan memanfaatkan fitur - fitur yang terdapat dalam aplikasi TikTok dan pembuatan konten yang variatif untuk dapat diunggah dalam akun TikTok @witsawedding.

Kata Kunci: Wedding Organizer, Perencanaan Promosi, TikTok

ABSTRACT

Organizing an event has now become an important thing in society. In organizing an event, it certainly requires an Event Organizer that can help organize an event, which of course requires good Event Management skills. In Event Management itself there is a specialization section to handle certain events, one of which handles wedding events known as Wedding Organizer. In the digital era like today, business actors need a right promotional planning to be able to market their services and to survive in the midst of competition with competitors in similar fields. Witsa House Wedding & Gallery is a Wedding Organizer that is a private startup that has been running since 2012 which focuses on traditional Indonesian weddings.

This research uses the RACE approach proposed by Smart Insight, where the theory aims to help a growing business to plan and run digital promotions in a more structured manner. Reach, Act, Convert, and Engage itself serves to reach, Interact, Convert, and Engage.

This study uses quantitative research with a descriptive approach that has a population of 207, namely followers of TikTok @witsawedding with a sample size of 70 with the sampling method used is non - probability sampling with purposive sampling method.

Based on the results of data processing, it shows that promotion through social media TikTok Witsa House Wedding & Gallery is still not optimal so that improvements and planning of promotional content are needed, especially using the TikTok social media application in order to produce better promotional content.

To produce a better digital marketing strategy, Witsa House Wedding & Gallery should increasing the frequency of uploading Witsa House Wedding & Gallery content needs to be increased by utilizing the features contained in the TikTok application and creating varied content to be uploaded to the @witsawedding TikTok account.

Keywords: Wedding Organizer, Promotion Planning, TikTok

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmatnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir guna memenuhi salah satu syarat menempuh gelar Diploma IV program studi Pengelolaan Konvensi dan Acara Politeknik Pariwisata NHI Bandung dengan judul penelitian **"PERENCANAAN PROMOSI WITSA *HOUSE WEDDING & GALLERY* DENGAN APLIKASI TIKTOK"**

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak - pihak yang telah membantu dan mendukung penulis baik secara langsung ataupun tidak langsung. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M. Sc selaku ketua Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE selaku kepala bagian administrasi akademik kemahasiswaan dan kerja sama Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Marsianus Raga selaku ketua jurusan Perjalanan Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Bapak Reza Nurizki selaku ketua program studi Pengelolaan Konvensi dan Acara Politeknik Pariwisata Bandung.
5. Bapak Dendy Sundayana, S.Si., M.M.Par selaku dosen pembimbing 1 yang senantiasa membantu, memberi semangat, dan saran kepada penulis dalam menyusun penelitian ini.

6. Bapak Wisnu Prahadianto, SE., M.Sc selaku dosen pembimbing 2 yang senantiasa membantu, memberi semangat, dan saran kepada penulis dalam menyusun penelitian ini.
7. Bapak Bagus Githa Aditya Muhamad, MM.Par., CEP., CEM., CEE selaku pembimbing akademik penulis yang selalu memberikan arahan, motivasi, semangat, dan saran kepada penulis.
8. Witsa *House Wedding & Gallery* yang sudah bersedia untuk membantu dan mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian untuk mendapatkan gelar dan menyelesaikan studi penulis di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
9. Bunda Yuyun, Ayah Dudu, dan Kakak Witsqa, yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan dukungan baik secara materi ataupun moril.
10. Kepada teman - teman penulis khususnya Rizki Aulia Nugraha, Andini Dwi Putri Maharani, Azhar Nabila Bachtiar, Shali Anggia Rahmani, Dimas Arya Wiratamma, Annisa Nurul Ilma, Remila Azzahra Rahmani, Lamunda Arithafai Yutar Pares, Ifhana Indar Pratiwie Theodore, dan Dyno Putra Wicaksono, dan teman - teman Rumah Nanas Kami yang selalu meluangkan waktu untuk mendukung penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
11. Serta pihak - pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu - persatu yang telah membantu penulis.

Penulis menyadari bahwa pembuatan Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan dan belum sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran membangun agar dapat membantu penulis lebih baik lagi dan penulis

berharap bahwa penulisan Tugas Akhir ini dapat berguna bagi penulis maupun pembaca.

Bandung, 16 Agustus 2023

Fadhila Tsaniya Rachman

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	I
DAFTAR ISI	IV
DAFTAR GAMBAR	VI
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Batasan Masalah.....	13
D. Tujuan Penelitian.....	13
E. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
A. Kajian Teori	15
1. <i>Event</i>	15
2. <i>Special Event</i>	17
3. Wedding Organizer	18
5. Pemasaran.....	19
6. Promosi.....	21
6. <i>Digital Marketing</i>	24
7. Sosial Media	25
8. TikTok	28
9. <i>RACE Planning System</i>	30
B. Kerangka Pemikiran	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	33
A. Pendekatan Penelitian.....	33
B. Obyek Penelitian	34
C. Populasi dan Sampling	36
D. Metode Pengumpulan Data	39
E. Definisi Operasional Variabel	42
F. Matriks Operasional Variabel	44
G. Analisis Data	45
H. Jadwal Penelitian.....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
A. Hasil Penelitian	52
B. Pembahasan.....	59
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	68
A. Kesimpulan	68
B. Rekomendasi.....	70
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tabel Pelaksanaan Pernikahan Witsa House Wedding & Gallery	4
Tabel 2 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3 Skor Skala Likert	40
Tabel 4 Skala Rentang	41
Tabel 5 Matriks Operasional Variabel	44
Tabel 6 Uji Validitas	47
Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 8 Timeline Penelitian	50
Tabel 9 Skala Rentang	54
Tabel 10 Jawaban Responden Indikator Reach	55
Tabel 11 Tabel Jawaban Responden Indikator Act	56
Tabel 12 Tabel Jawaban Responden Indikator Convert	57
Tabel 13 Tabel Jawaban Responden Indikator Engage	58
Tabel 14 Tabel Bobot Frekuensi Dimensi Reach	59
Tabel 15 Skala Rentang Dimensi Reach	59
Tabel 16 Tabel Bobot Frekuensi Dimensi Act	61
Tabel 17 Skala Rentang Dimensi Act	62
Tabel 18 Tabel Bobot Frekuensi Dimensi Convert	63
Tabel 19 Skala Rentang Dimensi Convert	64
Tabel 20 Tabel Bobot Frekuensi Dimensi Engage	65
Tabel 21 Skala Rentang Dimensi Engage	66
Tabel 22 Jadwal Rancangan Konten	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Jumlah Pernikahan di Indonesia.....	2
Gambar 2 Instagram Post @Witsawedding	5
Gambar 3 TikTok Post @Witsawedding	6
Gambar 4 Persentase Pengguna TikTok	8
Gambar 5 Pengguna TikTok 2023.....	8
Gambar 6 Demografi pengguna TikTok di Indonesia	9
Gambar 7 Kebiasaan pengguna TikTok di Indonesia.....	10
Gambar 8 Logo Witsa House Wedding & Gallery.....	35
Gambar 9 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Gambar 10 Profil Responden Berdasarkan Usia	53
Gambar 11 Profil Responden Berdasarkan Kepemilikan TikTok.....	53
Gambar 12 Contoh Konten A Day In My Life.....	71
Gambar 13 Contoh Konten Rekomendasi Konsep Pernikahan.....	72
Gambar 14 Top Sound Viral TikTok.....	73

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiani, R., Andriani, A. D., Nussifera, L., Wahyudi, Angelianawati, Meliana, I., . . . Hardika, I. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Tohar Media.
- Ahmad, I., Djajasingsa, N. D., Astuti, S. D., Sanny, A., Cahyadi, N., Mamengko, R. P., . . . Mekaniwati, A. (2022). *Digital Marketing (Concept, Strategy, and Implementation)*. Cendika Mulia Mandiri.
- Alma, P. D. (2021). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. CV. Alfabeta.
- Amirullah. (2022). *Metodologi Penelitian Manajemen*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). *Advertising and Promotion An Integrated Marketing Communication Perspective*. McGraw-Hill Education.
- Bladen, C., Kennell, J., Abson, E., & Wilde, N. (2022). *Event Management An Introduction*. Taylor & Francis.
- Bungin, B. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Prenadamedia Group.
- Cahyono, (. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di indonesia.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2019). *Digital Marketing : Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
- Chandra, T., & Priyono. (2023). *Statistika Deskriptif*. CV Literasi Nusantara abadi.
- Daniels, M., & Wosicki , C. (2020). *Wedding Planning and Management Consultancy for Diverse Clients*. Taylor & Francis.
- Desai, V. (2019). Digital Marketing a Review .
- Djaali. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. PT Bumi Aksara.
- Febrianty, & Fatmariansi. (2019). *Geliat Greenpreneur Wirausaha Ramah Lingkungan*. Penerbit NEM.
- Goldblatt, J. (2010). *Special Events A New Generation and the Next Frontier*. John Wiley & Sons, Inc.
- HiToko, T. P. (2022). Retrieved from Jumlah Pengguna TikTok di Indonesia, Potensi Cuan: <https://www.hitoko.co.id/blog/pengguna-tiktok-di-indonesia/#:~:text=Data%20terbaru%20dari%20We%20Are,angka%2099%2C1%20juta%20orang>.
- Images, D. (2022). *Kaya dari Bisnis Wedding Organizer*. Pustaka Ananda Srva.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2009). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media.
- Kesrul, M. (2004). *Meeting, Incentive Trip, Conference, Exhibition*. Graha Ilmu.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management*. Pearson.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework For Marketing Management*. Pearson.
- Lubis, Z. (2021). *Satatistika Terapan untuk Ilmu-Ilmu Sosial dan Ekonomi*. Penerbit Andi.
- Matthews, D. (2008). *Special Event Production The Process*. Elsevier.
- Miller, D. (2020). *Social Media Marketing 3 Books in 1*. Independently Published.
- Mukhid. (2021). *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Jakad Media Publishing.
- Noor, A. (2013). *Manajemen Event*. CV. Alfabeta.
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Prenada Media.
- Purwoto, A. (2007). *Panduan Lab Statistik Inferensial*. Grasindo.
- Puspita Martha International Beauty School. (2010). *Pengantin Solo Basahan & Solo Putri*. (S. M. Nana Lystiani, Ed.) PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Raj, R., Walters, P., & Rashid, T. (2008). *Event Management Principles & Practice*. Sage Publications Ltd.
- Rangkuti, F. (2013). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rinaldi, S. F., & Mujianto, B. (2017). *METODOLOGI PENELITIAN DAN STATISTIK*. Pusat Pendidikan Sumber Daya Manusia Kesehatan Badan Pengembangan dan Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Kesehatan.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Deepublish.
- Samsu. (2017). *METODE PENELITIAN : (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development)*. Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan.
- Sawicki, A. (2016). *Digital Marketing*.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Shone, A., & Parry, B. (2010). *Successful Event Management*. Cengage Learning EMEA.
- Silvers, J. R. (2004). *Professional Event Coordination*. John Wiley & Sons, Inc.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Smith, J. (2022). *TikTok Algorithms 2023 \$15,000/Month Guide To Escape Your Job And Build an Successful Social Media Marketing Business From Home Using Your Personal Account, Branding, SEO, Influencer*. Jordan Smith.
- Sofyan, A. (2004). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. PT. Raja Grafindo.
- Sugiarta, O. (2021). *MENIKAH : A GUIDE TO PLAN YOUR PERFECT WEDDING*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).

- Sugiyono, P. D. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif (Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif, dan konstuktif)*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. CV Alfabeta.
- Sumarsono, D. H. (2007). *Tata Upacara Pengantin Adat Jawa* . Yogyakarta: Narasi.
- Suwartono, M. H. (2014). *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. CV ANDI OFFSET .
- Syekh, S., Patun, Akbar, A., Albertis, Adriani, E., & Putri, H. T. (2023). *Dasar-Dasar Statistik Ekonomi dan Bisnis*. Penerbit NEM.
- Thaib, E. J. (2021). *Problematika Dakwah di Media Sosial*. Insan Cendekia Mandiri.
- Tilaar, D. M. (1992). *Upacara dan Tata Rias Pengantin Se-Nusantara (Jilid 1) Betawi, Jawa, Sunda, Cirebon, Madura, dan Bali*. PT. Vika Press.
- Wibowo, L. A., & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. CV. Alfabeta.
- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Kencana.