

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Chakti, Andi Gunawan. *The Book of Digital Marketing*. (Makassar: Celebes Media Perkasa, 2019)
- Djam'an Satori dan Aan Komariah. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung : Alfabeta, 2013) (Diakses Pada 19 September 2022)
- Haryanto, Sindung. *Sosiologi Ekonomi*. (Yogyakarta: Suluh Media, 2019)
- Haryoko, Spto, Bahartiar, dan Fajar Arwadi. *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik & Prosedur Analisis)*. (Makassar: Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar, 2020)
- Priyo Subekti. *Promosi dan Media Sosial*. Ditulis di Eksistensi Promosi di Era Digital. ed, Asep Suryana, dkk (Bandung: Bitread Publishing, 2019) (Diakses pada 4 Maret 2023)
- Ritzer, George. *Teori Sosiologi: Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012)
- Romindo, dkk. *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. (Yayasan Kita Menulis, 2019). Tersedia di https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=PirGDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Perkembangan+Bisnis+Yang+Dilalui+Oleh+Para+Pebisnis+Online&ots=OxZOr--ikM&sig=2yt9Wf-1tciw9yd9M5PNw4MUno&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false (Diakses pada 15 November 2022)
- Sari, Anggri Puspita, dkk. *Kewirausahaan dan Bisnis Online*. (Yayasan Kita Menulis, 2020). Tersedia di https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=6YzzDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Perkembangan+Bisnis+Yang+Dilalui+Oleh+Para+Pebisnis+Online&ots=N7l0e00FGK&sig=v42FPoBFFrg7qetzcTwD2aZQpqc&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false (Diakses pada 15 November 2022)
- Smelser, Neil J. dan Richard Swedberg, *The Handbook Of Sociology Economy*, (New York: Russel Sage Fondation, 2005)

Jurnal

- Adib, Mohammad. 2012. *Agen dan Struktur dalam Pandangan Piere Bourdieu*. Jurnal BioKultur 1(2): 91-110. Tersedia di <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-01%20Artikel%20AGEN%20DAN%20STRUKTUR%20DALAM%20PANDANGAN%20PIERE%20BOURDIEU%20Revisi%2020%20Ok%202012.pdf> (Diakses pada 21 Oktober 2022)

- Arief, Muhammad. 2017. *Peran Penjualan Dalam Perusahaan*. Jurnal Ekonomi 8(2): 164. Tersedia di <https://ejurnal.esaunggul.ac.id/index.php/Eko/article/download/2014/1780> (Diakses pada 30 Oktober 2022)
- Arsita, Meita; Ahmad Zuber; dan Argyo Demartoto. 2020. *Keterlekatan Sosial UMKM Sarung Tenun Goyor di Desa Sambirembe, Kalijambe, Sragen*. Society 8(2): 359-371. Tersedia di <https://society.fisip.ubb.ac.id/index.php/society/article/download/198/163/> (Diakses pada 14 April 2023)
- Ashiqha Sultana. 2021. *Impact Of Online Advertising And The Use Of Cosmetic Products: A Study On The Influence Of Online Advertisements And Change In The Purchasing Behaviour Of Women In Kerala*. International Journal Of Communication And Society 3(2): 113. Tersedia di <https://pubs2.ascee.org/index.php/ijcs/article/view/214> (Diakses pada 22 Mei 2023)
- Azhari, Sartika dan Irfan Ardiansah. 2022. *Efektivitas Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Platform Pemasaran Digital Produk Olahan Buah Frutivez (@ Hellofrutivez)*. Jurnal Manajemen Agribisnis (Journal Of Agribusiness Management) 10(1): 508. Tersedia di <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2435005&val=23289&title=Efektivitas%20Penggunaan%20Media%20Sosial%20TikTok%20Sebagai%20Platform%20Pemasaran%20Digital%20Produk%20Olahan%20Buah%20Frutivez%20hellofrutivez> (Diakses Pada 16 Mei 2023)
- Bangun, Cicilia Sreliasta, dan Suryari Purnama. 2023. *Optimalisasi Pemanfaatan Digital Marketing untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)*. ADI Pengabdian Kepada Masyarakat 3(2): 89-98. Tersedia di <https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/gj/article/view/13906/1491> (Diakses pada 22 Juli 2023)
- Cahyono, Anang Sugeng. 2016. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia*. Jurnal Publiciana 9(1): 140-157. Tersedia Di <https://Journal.Unita.Ac.Id/Index.Php/Publiciana/Article/View/79/73> (Diakses pada 8 April 2022)
- Dewa, Chriswardana Bayu, dan Lina Ayu Safitri. 2021. *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun Tiktok Javafoodie)*. Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya 12(1): 65-71. Tersedia di <https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/318017/Jurnal-Pemanfaatan-Media-Sosial-TikTok.pdf> (Diakses pada 18 Februari 2023)
- Doody, Sean, Victor Tan, and Jesse Goldstein. 2016. *Varieties of Entrepreneurial Capitalism: The Culture of Entrepreneurship and Structural Inequalities of Work and Business Creation*. Sociology Compass. Hal. 864. Tersedia di <https://compass.onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/soc4.12407> (Diakses pada 14 April 2023)

- Erlina; Alfitri; Yanti, Merry. 2019. *Keterlekatan Perilaku Ekonomi Dalam Hubungan Sosial Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Palembang Square Mall*. Jurnal Media Sosiologi (Jms) 22(1): 66-77. Tersedia di <http://jms.fisip.unsri.ac.id/index.php/jms/article/view/22> (Diakses pada 14 April 2023)
- Fitria, Tira Nur. 2017. *Bisnis Jual Beli Online (Toko Online) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam 3(01) 52-62. Tersedia di <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/99/87> (Diakses pada 27 Oktober 2022)
- Fitriani, Silvia; Silvana, Tine; Rodiah, Saleha. 2023. *Pemanfaatan Media Sosial Akun Instagram@ Msglowbeautykuningan Sebagai Media Iklan Informatif*. Jurnal Ilmiah Multidisiplin 2(03): 01-11. Tersedia di <http://journal.admi.or.id/index.php/JUKIM/article/view/606/766> (Diakses pada 22 Mei 2023)
- Granovetter, Mark S. 1973. *The Strength Of Weak Ties*. American Journal Of Sociology 78(6): 1360-1380. Tersedia di <https://snap.stanford.edu/class/cs224w-readings/granovetter73weakties.pdf> (Diakses pada 25 Mei 2023)
- Hanim, Lathifah, Eko Soponyono, dan Maryanto Maryanto. 2021. *Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19*. Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat 1(2): 30-39. Tersedia di <https://jurnal.saburai.id/index.php/PSN/article/view/1452/1068> (Diakses pada 20 Juli 2023)
- Harahap, Dedy Ansari. 2018. *Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus*. JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, 9(2), 193-213. Tersedia Di <Http://Journal.Unj.Ac.Id/Unj/Index.Php/Jrmsi/Article/View/6005/5876> (Diakses pada 8 April 2022).
- Hargiyanti, HE. 2016. *Identifikasi Aspek-Aspek Belanja Online Dengan Technology Acceptance Model*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Tersedia di <http://e-journal.uajy.ac.id/10942/4/3TF07056.pdf> (Diakses pada 27 oktober 2022)
- Hendarsyah, Decky . 2020. *Pemasaran digital dalam kewirausahaan*. IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita 9(1): 25-43. Tersedia di <https://ejournal.stiesyariahbangkalis.ac.id/index.php/iqtishaduna/article/view/209/214> (Diakses pada 14 April 2023)
- Hismendi. 2016. *E-Commerce: Model Interaksi Jual Beli (Studi Pada Pelaku Interaksi Jual Beli Melalui Internet)*. Ekonis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis 15(1): 39-48. Tersedia di <https://ejurnal.pnl.ac.id/ekonis/article/viewFile/266/247>. (Diakses pada 14 April 2023)
- Jack, Sarah L., Sarah Drakopoulou Dodd, dan Alistair R. Anderson. 2004. *Social Structures And Entrepreneurial Networks: The Strength Of Strong Ties*. The International Journal of Entrepreneurship and Innovation 5(2): 107-120. Tersedia di <https://rgu->

- repository.worktribe.com/preview/295441/JACK%202004%20Social%20structures%20and%20entrepreneurial.pdf (Diakses pada 14 April 2023)
- Jack, Sarah L.; Dodd, Sarah Drakopoulou; Anderson, Alistair R. 2004. *Social Structures And Entrepreneurial Networks: The Strength Of Strong Ties*. The International Journal of Entrepreneurship and Innovation 5(2): 107-120. Tersedia di <https://rgu-repository.worktribe.com/preview/295441/JACK%202004%20Social%20structures%20and%20entrepreneurial.pdf> (Diakses pada 14 April 2023)
- Kurniawati, Elya. 2019. Pengaruh Kondisi Sosial Terhadap Perilaku *Pengambilan Keputusan "Perempuan" Pemilik Umkm Jawa Timur Untuk Mengadopsi E-Commerce*. Jurnal Sosiologi Pendidikan Humanis 4(2): 94-102. Tersedia DI <http://journal2.um.ac.id/index.php/jsph/article/view/8963> (Diakses pada 14 April 2023)
- Kusuma, Diana Fitri; Sugandi, Mohamad Syahriar. 2018. *Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital yang Dilakukan Oleh Dino Donuts*. Jurnal Manajemen Komunikasi 3(1): 18-33. Tersedia di <http://journal.unpad.ac.id/manajemen-komunikasi/article/view/12963> (Diakses pada 15 Mei 2023).
- Lestari, Ratih Ayu dan Dholey Dwi Jatmiko Latabulo. 2022. *Perilaku Konsumen Remaja Putri Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Secara Online Melalui Tiktok Di Masa Pandemi*. Kalbisocio Jurnal Bisnis Dan Komunikasi 9(1): 54-61. Tersedia di <http://ojs.kalbis.ac.id/index.php/kalbisocio/article/view/207/151> (Diakses pada 16 Mei 2023)
- Listiani, Wanda Dkk. 2013. *Struktur Modal Pierre Bourdieu Pada Pelaku Kreatif Grafis Fashion Bandung*. Atrat: Jurnal Seni Rupa 1(1): 77. Tersedia di <https://jurnal.isbi.ac.id/index.php/atrat/article/view/404> (Diakses pada 11 Agustus 2022)
- Melis. 2018. *Keterlekatan Ekonomi Terhadap Kehidupan Sosial*. Salam: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-I 5(1): 65-76. Tersedia di <https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/salam/article/download/7908/pdf> (Diakses pada 14 April 2023)
- Miranda, Sofia dan Lubis, Evawani Elysa. *Pengaruh instagram sebagai media online shopping fashion terhadap perilaku konsumtif mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*. 2017. PhD Thesis. Riau University. Tersedia di <https://media.neliti.com/media/publications/118440-ID-none.pdf> (Diakses pada 11 Agustus 2022)
- Musanna, M. 2018. *Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif Mahasiswa Terhadap Belanja Online (Studi Kasus Belanja Mahasiswa Menggunakan Media Sosial di FEB Unsyiah)*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik, 3(2): 1-12. Tersedia di <http://www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP/article/view/7394/3508> (Diakses pada 06 Juni 2022).

- Papadimitriou, D., Apostolopoulou, A. and Kaplanidou, K. 2016. Participantbased Brand Image Perceptions of International Sport Events: The Case of the Universiade. *Journal of Convention & Event Tourism*, 17(1): 1. Tersedia di https://www.researchgate.net/publication/299521017_Participant-based_brand_image_perceptions_of_international_sport_events_The_case_of_the_Universiade (Diakses pada 05 Juli 2023)
- Pradika, Mohammad Fawaid dan Sumardijati. 2023. *Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pemasaran Pof Perfume*. *Journal On Education* 5(4): 12807-12820. Tersedia di <https://jonedu.org/index.php/joe/article/view/2267/1896> (Diakses pada 22 Mei 2023)
- Putri, Oni dan Nur Hidayah. 2019. *Keterlekatan Sosial Pedagang Pasar Tradisional (Studi pada Paguyuban "Margo Mulyo" Pasar Kotagede Yogyakarta)*. *E-Societas* 8(3): 2-14. Tersedia di <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/societas/article/download/15697/15188> (Diakses pada 14 April 2023)
- Ricky, Raka Dimas Majesta; Kawung, Evelin; Goni, Shirley Yvi. 2021. *Dampak Aplikasi Belanja Online (Online Shop) Di Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Minat Belanja Masyarakat Di Kelurahan Girian Weru II Kecamatan Girian Kota Bitung Provinsi Sulawesi Utara*. *Jurnal Ilmiah Society* 1(1): 1-9. Tersedia Di <https://Webcache.Googleusercontent.Com/Search?Q=Cache:Awd19typ06wj:https://Ejournal.Unsrat.Ac.Id/Index.Php/Jurnalilmiahsociety/Article/Download/36087/33605&Cd=17&HI=Id&Ct=Clnk&GI=Id> (Diakses pada 29 Oktober 2022)
- Sari, Nuri Selfina; Marleni; dan Waza Karia Akbar. 2021. *Keterlekatan Kelompok Petani Kolam Ikan Nila Di Kenagarian Sungai Tunu Utara Kecamatan Ranah Pesisir Kabupaten Pesisir Selatan*. *Jurnal Pendidikan Tambusai* 5(3): 7149-7158. Tersedia di <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/2026> (Diakses pada 14 April 2023)
- Simsek, Zeki, Michael H. Lubatkin, dan Steven W. Floyd. 2003. *Inter-firm networks and entrepreneurial behavior: A structural embeddedness perspective*. *Journal of Management* 29(3): 427-442. Tersedia di https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1016/s0149-2063_03_00018-7 (Diaakses pada 14 April 2023)
- Sukoco, Sampir Andrian, dkk. 2020. *Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Pemasaran (Studi Kasus Pada Akun Rroutdoorgear_Official)*. *Majalah Ilmiah Dian Ilmu* 20(1): 20-39. Tersedia di <http://jurnal.stiapembangunanjember.ac.id/index.php/dianilmu/article/view/204/0> (Diakses pada 22 Juli 2023)
- Sulistianti, Rossy Ayu, and Nugraha Sugiarta. 2022. *Konstruksi Sosial Konsumen Online Shop Di Media Sosial Tiktok (Studi Fenomenologi Tentang Konstruksi Sosial Konsumen Generasi Z Pada Online Shop Smilegoddess Di Media Sosial Tiktok)*. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)* 6(1): 3456- 3466.

- Tersedia di <http://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JISIP/article/view/2861/2261> (Diakses pada 11 Agustus 2022)
- Sundararajan, Louise. 2020. *Strong-ties and weak-ties rationalities: Toward an expanded network theory*. *Review of General Psychology* 24(2): 134-143. Tersedia di <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1089268020916438> (Diakses pada 14 April 2023)
- Talib, Yurita Yakimin Abdul, and Rafeah Mat Saat. 2017. *Social proof in social media shopping: An experimental design research*. SHS Web of Conferences. Vol. 34. EDP Sciences,. Tersedia di https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/abs/2017/02/shsconf_four2017_02005/shsconf_four2017_02005.html (Diakses pada 06 Juni 2022).
- Wahyuningtyas, Andita Candra. 2019. *Berbisnis Online Melalui Media Sosial*. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi* 7(2): 96-102. Tersedia di <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/EKU/article/download/18197/14159> (Diakses pada 16 Desember 2022)
- Wibowo, Radetya Agung. 2015. *Kesuksesan E-Commerce (Onlineshopping) Melalui Trust dan Customer Loyalty*. *Jurnal Ekonomi Bisnis* 20(1): 1-15. Tersedia di <https://media.neliti.com/media/publications/55496-ID-none.pdf> (Diakses pada 05 Maret 2023)
- Woelandari, Dewi Sri dan Novita Wahyu Setyawati. 2018. *Sosialisasi Menggunakan Media Sosial Berbasis Digital*. *Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1(1): 1-5. Tersedia di <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/jks/article/view/882> (Diakses pada 16 Mei 2023)

Sumber Lain

- Arkananta, Muhammad Bintang; Rizki Ardiansah, dan Jasmine Camilia N. *Inilah Fitur Instagram Yang Dapat Membantu Anda Memasarkan Produk*. (Daya.com, 2021). Tersedia di <https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/pemasaran/inilah-fitur-instagram-yang-dapat-membantu-anda-dalam-memasarkan-produk> (Diakses pada 26 November 2022)
- Badan Pusat Statistik (BPS). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2021*. (BPS.com, 2021). Tersedia di <https://www.bps.go.id/publication/2022/09/07/bcc820e694c537ed3ec131b9/statistik-telekomunikasi-indonesia-2021.html> (Diakses pada 28 Desember 2022)
- Bayu,Dimas. *Remaja Paling Banyak Gunakan Internet di Indonesia pada 2022*. (dataindonesia.com, 2022). Tersedia di <https://dataindonesia.id/Digital/detail/remaja-paling-banyak-gunakan-internet-di-indonesia-pada-2022>. (Diakses pada 28 Desember 2022)
- Beni Somantri, *Sejarah Online Shopping Dari Masa Ke Masa*. (Bandung: Ryusei, 2021). Tersedia di <https://ryusei.co.id/blogs/news/sejarah-online-shopping->

- [dari-masa-ke-masa#:~:text=Lalu%2C%20bagaimana%20perkembangan%20online%20shopping,shopping%20mengalami%20perkembangan%20cukup%20tinggi](#)
(Diakses pada 04 November 2022)
- Endit, Nikita Puspita Ing, “*Peluang Pasar: Produk Kecantikan dan Perawatan.*” (ukmindonesia.id, 2022). Tersedia di <https://www.ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/peluang-pasar-produk-kecantikan-dan-perawatan/> (Diakses pada 16 Desember 2022)
- Etsy, Staf, “7 Essential Types of Product Photos.” (Seller Handbook : 2023). *etsy.com* diakses dari <https://www.etsy.com/seller-handbook/article/22504064051> (Diakses pada 15 Juli 2023)
- Iman Rahman Cahyadi. *Produk Lokal Kian Menjamur, Peminat Bisnis Skincare Semakin Tinggi.*(Jakarta: Beritasatu.com, 2022) Tersedia di https://www.beritasatu.com/lifestyle/909073/produk-lokal-kian-menjamur-peminat-bisnis-skincare-semakintinggi/?view=all&utm_source=beritasatu.com&utm_medium=article&utm_campaign=Baca-Selengkapnya (Diakses pada 16 Desember 2022)
- Jayani, Dwi Hadya. *Produk Kesehatan dan Kecantikan Paling Laku Saat Pandemi.* (Databoks, 2021). Tersedia di <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/27/produk-kesehatan-dan-kecantikan-paling-laku-saat-pandemi> (Diakses pada 16 Mei 2023)
- Mutia, Annissa. *Perkiraan Pendapatan Produk Perawatan Diri dan Kecantikan di Indonesia (2014-2027).* (katadata.co.id, 2022). Tersedia di <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/05/makin-meroket-pendapatan-produk-kecantikan-dan-perawatan-diri-di-ri-capai-rp11183-triliun-pada-2022> (Diakses pada 12 Mei 2023)
- Nugroho, Teddy Triyadi. *Terbentuknya Modal Sosial dalam Media Sosial Instagram.* (kompasiana.com, 2020). Tersedia di Tulis opini Anda seputar isu terkini di Kompasiana.com <https://www.kompasiana.com/teddytri/5e5e1860d541df52aa3f06f2/terbentuknya-modal-sosial-dalam-media-sosial-instagram> (Diakses pada 10 April 2023)
- Pramudyatama, Yuda. *10 Strategi Media Sosial Marketing Untuk Bisnis Berskala Kecil.* (Whello.id, 2020). Tersedia di <https://whello.id/tips-digital-marketing/strategi-media-sosial-marketing/#cara-membuat-konten-yang-menarik> (Diakses pada 26 November 2022)
- Putu Elmira. *Apa Produk Kecantikan yang Laris Dibeli Konsumen Indonesia Secara Online di Masa Pandemi?.* (Jakarta:Liputan6.com, 2020). Tersedia di <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4361193/apa-produk-kecantikan-yang-laris-dibeli-konsumen-indonesia-secara-online-di-masa-pandemi> (Diakses pada 16 November 2022)
- Sadya, Sarnita. *Pengguna TikTok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia pada Awal 2023.* (DataIndonesia.id, 2023) . Tersedia di

<https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia-pada-awal-2023> (Diakses pada 03 Maret 2023)

Trison, Sonia Yulia, dkk. 2015. *Bogor Az-Zikra Sharia Beauty Care And Fitness Centre (Penekanan Pada Arsitektur Modern)*. PhD Thesis. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Tersedia di <http://eprints.ums.ac.id/35556/> (Diakses pada 16 Desember 2022)

“*Bisnis E-Commerce Semakin Gurih*”. (kominfo.com, 2022). *kominfo.com* diakses di <https://www.kominfo.go.id/content/detail/32999/bisnis-e-commerce-semakin-gurih/0/artikel> (Diakses pada 28 Desember 2022)

“*Instagram & Tiktok Minggir, Ini Raja Platform Sosial Media RI*”. Tersedia di <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220612115314-37-346302/instagram-tiktok-minggir-ini-raja-platform-sosial-media-ri> (Diakses pada 11 Agustus 2022)

