



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, K. (2016). Pengaruh Social Media Marketing Instagram terhadap Tingkat Brand Awareness Roaster and Bear Coffee Lounge & Kitchen. *ILMU KOMUNIKASI*, 7. http://etd.repository.ugm.ac.id/home/detail_pencarian/92968
- Ahmadi, H. A., & Supriyono, W. (2019). Analisis Strategi Implementasi Media Sosial. *Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Presiden² Jurusan Manajemen Universitas Budi Luhur*.
- Airtable. (2021). *Airtable.com*. <http://www.airtable.com>
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46–65. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>
- Gunelius, S. (2011). *30 Minute Social Media Marketing*. Mc. Graw Hill.
- Idris, M. (2021). *Apa Itu Copywriting: Definisi, Tugas, Jenis, dan Contohnya*. Kompas.Com.
- Kotler, P. dan K. K. (2018). Marketing Management. In *Essentials of Management for Healthcare Professionals*. <https://doi.org/10.4324/9781315099200-17>
- Lidwina, A. (2021, February 17). *Facebook, Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Dunia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/17/facebook-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-dunia>
- Rasyid, R. A., Moniharapon, S., Trang, I., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2018). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media, Kualitas Layanan Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada Pt. Sinar Galesong Mandiri Malalayang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3933–3942. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21918>
- RctiPlus. (2021). *RCTI+*. Wikipedia. <https://id.wikipedia.org/wiki/RCTI%2B>
- RCTIplus. (2021). *Twitter*. <http://twitter.com/RCTIplus>
- RCTIPlus. (2020). *Apasih itu RCTI plus?* <https://www.coworking.co.id/apasih-itu-rcti-plus/>
- Riyanto, G. P. (2021). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta*. Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>
- Setiawan, I. dan Y. S. (2016). *New Content Marketing" Gaya Baru Pemasaran Era*

Digital".

sprout social. (2021). *app sproutsocial*. <http://www.app.sproutsocial.com>

Stephanie, C. (2021). *Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia*. Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>

Thoyibie. (2017). *Psikologi Social Media*. 2017.

Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>