



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

BUKU & E-BOOK

Applegate,Edd. (2016). *Strategic Copywriting* (2nd Edition). London : Rowman & LittleField.

Dave Chaffey & Fiona Ellis-Chadwick (2012). *Digital Marketing strategy, Implementation, and Practice* (5th Ed). Harlow: Pearson Education Limited.

Gunelius,Susan (2011). *30 – Minute Social Media Marketing* (2nd Ed). United States: The McGraw-Hill Companies.

Lieb, Rebecca (2012). *Content Marketing: think like a publisher- how to use content to market online and in social media*. USA : Que Publishing.

Quesenberry, Keith A. (2016). *Social Media Strategy* (1st Ed). London : Rowman & LittleField .

INTERNET

<https://www.lintasarta.net/>

worldwide communication for people. (2019). statistic pengguna digital dan internet Indonesia 2019. Diakses pada 1 Oktober 2019. Dari <https://www.boc.web.id/statistik-pengguna-digital-dan-internet-indonesia-2019/>

<https://www.facebook.com/lintasarta.official/>

<https://instagram.com/lintasarta.official?igshid=1ksshw0fm3q86>

<https://www.linkedin.com/company/lintasarta>

<https://www.lintasarta.net/>

<https://pakarkomunikasi.com/pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli>

SKRIPSI & JURNAL

Shabrina, Almaz.A. (2016). Pemasaran Konten Digital Oleh RWE Bhinda Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* dan *Brand Engagement* Pada Produk Slim & Fit. (Periode 2015 - 2016). Diakses pada pada tanggal 4 November 2019.

[http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/7611/BAB%20I.pdf
f?sequence=5&isAllowed=y](http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/7611/BAB%20I.pdf?sequence=5&isAllowed=y)

Ranata, Metta. (2016). PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP EKUITAS MEREK (Program *Crowdsourcing* Foto Periode 18 Juli 2016 – 2 April 2017 di Instagram). Diakses pada , pada tanggal 19 November 2019.

https://www.researchgate.net/publication/326165549_PENGARUH_SOCIAL_MEDIA_MARKETING_TERHADAP_EKUITAS_MEREK