



### **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

- Hootsuite. (2021). Retrieved from We Are Social, Hootsuite:  
<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>
- Indonesia, A. P. (2019). Retrieved from APJII: <https://apjii.or.id/>
- Indonesiago.digital. (2018). Retrieved from Apa itu clickbait, Contohnya, Dan Tips  
Menggunakannya: <https://indonesiago.digital/apa-itu-click-bait/>
- Keller, K. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Pakuningjati. (2015). Strategi Pengelolaan Media Sosial. In Paramitha.
- Paramitha. (2015). *Pengelolaan Media Sosial*. Pakuningjati.
- RCTI+. (2020). *CoWorking*. Retrieved December 2021, from  
<https://www.coworking.co.id/apasih-itu-rcti-plus/>
- RCTI+, V. M. (n.d.). *VISI MISI Deskripsi RCTI Rajawali Citra Televisi*. Retrieved  
from [https://text-id.123dok.com/document/wq2g8w12y-visi-misi-  
deskripsi-rcti-rajawali-citra-televisi.html](https://text-id.123dok.com/document/wq2g8w12y-visi-misi-deskripsi-rcti-rajawali-citra-televisi.html)
- Romli. (2012). Panduan Mengelola Media Online. In A. S. Romli, *Jurnalistik  
Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung.
- Scott, D. (2017). *The New Rules of Marketing & PR*.
- Singh. (2010). The Impact of Social Media Marketing on Brand Equality: An  
Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan. *As'ad H. Abu  
Rumman*.