



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

Ahmad, Amar. (2012). Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Informasi: Akar Revolusi Dan Berbagai Standarnya. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 13, 138.

Baktiono, R. Agus & Artaya, I Putu. (2016). Memilih Media Sosial Sebagai Sarana Bisnis Online Melalui Pendekatan Uji Categorical. *E-Journal Manajemen Kinerja*, 2,1.

Febrianto, Wicaksono. (2018). Kajian Dan Strategi Pendukung Perkembangan Ecommerce Bagi Umkm Di Indonesia. *Manajerial*, 3, 186.

Firmansyah, M. Anang. 2019. *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan : Qiara Media

Newberry, Christina & Shannon Tien, (2021, 1 June). *How to Do a Competitive Analysis on Social Media (Tools and Templates)*. Retrieved from <https://blog.hootsuite.com/competitive-analysis-on-social-media/>

Perry, Ray & Michelle Ross. 2008. *Competitor Analysis*. London : CIMA.

Ramos, Andreas. *The Big Book Of Content Marketing*. USA : Andreas.com

Rauf.M.F. (2018, 11 October). *Apa itu Content Marketing Strategy? #ContentMarketingStrategy101*. Retrieved from <https://medium.com/@mfrauf/apa-itu-content-strategy-mengenal-manajemen-strategi-konten-contentstrategy101-2a9fd1ec5237>