



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

- Akbar, D. (2021). Startup Anak Bangsa Ini Hadirkan Teknologi Canggih di Bidang Kesehatan. Retrieved December 15, 2021, from <https://infokomputer.grid.id/read/122530171/startup-anak-bangsa-ini-hadirkan-teknologi-canggih-di-bidang-kesehatan>
- Choiri, E. O. (2020). Cara Menulis Email Penawaran Yang Menarik dan Contohnya. Retrieved December 16, 2021, from <https://qwords.com/blog/cara-menulis-email-penawaran/>
- Flew, T. (2008). *New Media: an Introduction*. New York: Oxford University Pers.
- Johnson, R. (2017, March 16). In Content Production. Retrieved from <https://engagecontent.com.au/what-is-content-development/>
- Katz, D., & Wheeler, A. (2009). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team*. Canada: John Willey& Sons, Incx.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*, 14th ed. New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Mahmuda, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1-9. Doi: <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Mediatama, G. (2021). RS Mandaya gandeng Aryaguna Technology terapkan teknologi kesehatan software E3D. Retrieved December 16, 2021, from <https://industri.kontan.co.id/news/rs-mandaya-gandeng-aryaguna-technology-terapkan-teknologi-kesehatan-software-e3d>
- Miles, J. (2019). *Instagram Power Second Edition*. New York: McGraw-Hill Education.
- Miranda, A. C. B. (2019). Pengelolaan Media Sosial Twitter Oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dalam Sosialisasi Perpres Penguatan Pendidikan Karakter. *Jurnal Visi Komunikasi*, 18(1), 50-63.

Retrieved from

<https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/viskom/article/download/6516/2779>

- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pradana, M. R., & Harviar, H. (2020). Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi PT Patra Bangun Properti. *Journal of Media and Communication Science*, 3(3), 159-177. Doi: <https://doi.org/10.29303/jcommsci.v3i3.83>
- Pratiwi A. P., & Abdurrahman, M. S. (2021). Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Pemkot Bandung dalam Masa Pandemi Covid-19. *EProceedings of Management*, 8(3). Retrieved from <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/15022>
- Wheeler, A. (2009). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Entire Branding Team*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Pradana, M. R., & Harviar, H. (2020). Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi PT Patra Bangun Properti. *Journal of Media and Communication Science*, 3(3), 159-177. Doi: <https://doi.org/10.29303/jcommsci.v3i3.83>

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A