



### **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

- Dietrich, G. (2014). *Spin Sucks: Communication and Reputation Management in the Digital Age*. Que Biz-tech.
- Gunelius, S. (2011). *30-MINUTE SOCIAL MEDIA MARKETING*. McGrawHill.
- Gupta, K. (2020). *The Only Content Writing Handbook: A Practical Crash Course to Write 30+ Content Types & Earn Online*. A Henry Harvin India Education LLP.
- Hammond, C. (2012). *How To Be a Freelance Writer: Your Step By Step Guide To Be a Freelance Writer*. HowExpert.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15 ed.). Pearson Education Limited.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2015). *Advertising & IMC Principles and Practice* (10th ed.). Pearson Education Limited.
- Pratama, R. (2016, October 6). *Ancaman Konvergensi Media Cetak*. Diambil kembali dari [www.kompasiana.com: https://www.kompasiana.com/ijalpewe/57f63f2345afbdbc11d17e79/anca-man-konvergensi-media-cetak?page=1&page\\_images=1](https://www.kompasiana.com/ijalpewe/57f63f2345afbdbc11d17e79/anca-man-konvergensi-media-cetak?page=1&page_images=1)
- Respati, W. (2014). TRANSFORMASI MEDIA MASSA MENUJU ERA MASYARAKAT INFORMASI DI INDONESIA. *HUMANIORA*, 2.
- Ricko, & Junaidi, A. (2019). Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion). *Prologia*, 3, 231-237.
- Romdonny, J., & Rosmadi, M. L. (2018). PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENDUKUNG PEMASARAN PRODUK ORGANISASI BISNIS. *IKRAITH EKONOMIKA*, 25-30.
- Rose, J. (2015). *Producing Great Sound for Film and Video Expert Tips from Preproduction to Final Mix* (4th ed.). Focal Press.
- Stephanie, C. (2021, Februari 23). *Berapa Lama Orang Indonesia Akses Internet dan Medsos Setiap Hari?* Diambil kembali dari Kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/11320087/berapa-lama-orang-indonesia-akses-internet-dan-medsos-setiap-hari-?page=all>
- Supriyatna, I. (2020, Agustus 25). *Media Cetak Mulai Ditinggalkan, Masyarakat Beralih ke Media Online*. Diambil kembali dari Suara.com: <https://www.suara.com/bisnis/2020/08/25/181636/media-cetak-mulai-ditinggalkan-masyarakat-beralih-ke-media-online>