



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

- Coorperate Admin. (2019). *Tentang Moservice.id.* Moservice.Id.
<https://moservice.id/butuh-bantuan#about-moservice>
- Dr.Rulli Nasrullah, M. S. (2015). *Media Sosial : perspektif komunikasi, budaya, dan sositeknologi.* Simbiosis Rekatama Media.
- Gunelius. (2011). *30-minute social media marketing.* McGraw-Hill.
- Imalay Naomi. (2021). *Strategi Marketing Baru ala TikTok di Era New Normal.* Kompas.Com.
<https://money.kompas.com/read/2021/11/20/135000626/strategi-marketing-baru-ala-tiktok-di-era-new-normal>
- Jati, A. S. (2020). *Tiktok-makin-disukai-anak-muda-ini-alasannya.* DetikInet.
<https://inet.detik.com/cyberlife/d-5133039/tiktok-makin-disukai-anak-muda-ini-alasannya>
- Philip Kotler; Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing management. 14th edition.* Pearson Education Asia.
- Quesenberry, K. A. (2018). *Social Media Strategy: Marketing, Advertising, and Public Relations in the Consumer Revolution.* Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Syuderajat, F., & Puspitasari, K. (2017). *PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL OLEH UNIT CORPORATE COMMUNICATION PT GMF AEROASIA. Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi.* 88–89.