

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Z. A., Thareq, Z. A., Wildan, N. E., Nuryaningrum, N., Syifana, A. F. D., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1). <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.17-31>
- BPS. (2023). Statistical Yearbook of Indonesia 2023. In *BPS-Statistics Indonesia*. <https://www.bps.go.id/publication/2020/04/29/e9011b3155d45d70823c141f/statistik-indonesia-2020.html>
- Christiyaningsih. (2022, June 18). *Ini Pentingnya Melakukan Pemasaran Lewat Media Sosial / Republika Online*. Republika. <https://republika.co.id/berita/rdodo9459/ini-pentingnya-melakukan-pemasaran-lewat-media-sosial>
- Humas LLDIKTI Wilayah III. (2022, September 10). *10 Perguruan Tinggi dengan Kinerja Media Sosial Terbaik – LLDikti Wilayah III*. LLDikti. <https://lldikti3.kemdikbud.go.id/v6/2022/09/10-perguruan-tinggi-dengan-kinerja-media-sosial-terbaik/>
- Ibrahim, I. S. (2011). *Kritik budaya komunikasi: budaya, media, dan gaya hidup dalam proses demokratisasi di Indonesia*. Jalasutra.
- Kelsey, T. (2017). *Introduction to social media marketing : a guide for absolute beginners*. Apress. https://books.google.com/books/about/Introduction_to_Social_Media_Marketing.html?hl=id&id=iiopDwAAQBAJ
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial : perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1136236>
- Olotewo, J. (2016). Social Media Marketing in Emerging Markets. *Journal of Online Marketing*, 2(2), 10. <https://doi.org/10.5455/IJOMR.2016254411>
- Sayugi. (2018, February 14). *Content Creator, Apa sih artinya?* GRProject.
- UMN. (2022, July 5). *Profil Lengkap UMN*. Universitas Multimedia Nusantara. <https://www.umn.ac.id/profil-lengkap-umn/>
- We Are Social. (2023). *- We Are Social Indonesia*. We Are Social Indonesia. <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>