

DAFTAR PUSTAKA

A., T. R. (n.d.). Pembentukan Identitas Diri Remaja Menggunakan Media Sosial.

<https://jatengprov.go.id/beritadaerah/pembentukan-identitas-diri-remaja-menggunakan-media-sosial/>

Afnisa, S. (2017). Pengaruh Briefing dan Pelatihan Kerja Terhadap Motivasi Kerja Karyawan pada Perusahaan Lanud Driving Range Medan.

Aulia, E. J. (2022). Efektivitas Media Sosial sebagai Sarana Promosi Jasa Wedding (Studi pada Aleale Wedding Batu Nyala Lombok Tengah). Retrieved from

<https://etheses.uinmataram.ac.id/3018/1/ELI%20JUMAATUL%20AULIA%20180501198.pdf>

Bab II Tinjauan Pustaka A. Landasan Teoritis 1. Pemasaran a. Pengertian Pemasaran Menurut

Kotler dan Armstrong (2020: 6), mendef. (n.d.). Institut Bisnis dan Informatika Kwik

Kian Gie. Retrieved May 15, 2024, from

<http://eprints.kwikkiangie.ac.id/4855/3/BAB%20II%20KAJIAN%20PUSTAKA.pdf>

Bab II. Tinjauan Pustaka II.1. Periklanan II.1.1 Definisi Periklanan Menurut Frank Jefkins

(1996, h. 5) menjelaskan bahwa ". (n.d.). Elibrary Unikom. Retrieved May 15, 2024,

from

https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/2135/13/UNIKOM_Suci%20Harina_11.%20BAB%20II%20Tinjauan%20Pustaka.pdf

Careers – RiaMiranda. (n.d.). RiaMiranda. Retrieved May 15, 2024, from

<https://riamiranda.com/pages/careers>

Efektivitas Iklan Media Sosial bagi Bisnis. (2020, December 10). Nata Connexindo. Retrieved May 15, 2024, from

<https://www.nataconnexindo.com/blog/seberapa-efektif-iklan-media-sosial-bagi-bisnis-in-i-jawabannya>

Haryo Nurtiar. (2020). *Copywriting Modul Diklat Promosi Perpustakaan Berbasis Digital.*

<https://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/105353/Modul%20Materi%20Copywriting.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Oktaheriyani, D., Wafa, M. A., & Shadiqien, S. (n.d.). Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial TikTok (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNISKA MAB Banjarmasin). Retrieved from

<https://eprints.uniska-bjm.ac.id/3504/1/JURNAL%20ARTIKEL%20DESY%20OKTAHERIYANI-dikonversi.pdf>

Pengaruh Content Marketing, dan Penggunaan KOL (Key Opinion Leader) Tasya Farasya pada Produk Skincare Skintific terhadap Minat. (n.d.). Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura. Retrieved May 15, 2024, from

<https://pascasarjanafe.untan.ac.id/wp-content/uploads/2023/03/55.pdf>

Pramudita, A. S. (2020, Juni 29). Pengaruh Insight Media Sosial Instagram terhadap Penjualan Produk Online. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 10(1), 14.

Rustian, R. S. (2012, Maret 1). *Apa Itu Sosial Media.*

Sari, D. P. (2016). Wujud Satuan Lingual Caption dalam Surat Kabar Kompas Edisi Januari – Februari 2016 dan Implementasinya dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA Kelas X. Retrieved from

<https://eprints.ums.ac.id/46581/28/NASKAH%20PUBLIKASI-DEWI%20PUR.pdf>

Sistem Waktu Nyata. (n.d.). Repository Unikom. Retrieved May 15, 2024, from

<https://repository.unikom.ac.id/30878/1/Bab%20I.ppt>

Social Media Marketing: Belajar Bagaimana Media Sosial Bekerja untuk Bisnis. (n.d.).

Belajarlagi. Retrieved May 15, 2024, from

<https://www.belajarlagi.id/post/panduan-lengkap-belajar-social-media-marketing>

Tarigan, A. A. (n.d.). Peran Copywriting Media Sosial Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Terhadap Produk West Burger. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial dan Politik*, 2(3), 1-10.

Team, D. (2024, Oktober 24). *11 Manfaat Media Sosial untuk Bisnis, Wajib Tahu!*

<https://www.dewaweb.com/blog/manfaat-media-sosial-untuk-bisnis/>

Wicaksono, K. C. B. (2013, Mei 31). Mengukur Efektivitas Social Media Bagi Perusahaan.

<https://journal.binus.ac.id/index.php/BBR/article/view/1419>

Yonatan, A. Z. (2023, June 21). Menilik Pengguna Media Sosial Indonesia 2017-2026.

GoodStats Data. Retrieved December 21, 2023, from

<https://data.goodstats.id/statistic/agnesfanyayonatan/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUA1p>