

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. (2022). *Peranan media sosial modern*. Bening Media.
- Andriansyah, Irfan. Maharani, Anastasya. (2021). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing*. Bandung: CV. Cendekia Press.
- Bisnis, B. (2023, November 9). Memahami Engagement Sosial Media dan Cara Meningkatkan. *Kumparan*. <https://kumparan.com/berita-bisnis/memahami-engagement-sosial-media-dan-cara-meningkatkannya-21XjRZxdEOJ/full>
- Crossman, A. (2020, August 27). Content Analysis: Method to Analyze Social Life Through Words, Images. Retrieved from <https://www.thoughtco.com/content-analysis-sociology-3026155>
- Crossman, A. (2020, February 4). *Content analysis: method to analyze social life through words, images*. ThoughtCo. <https://www.thoughtco.com/content-analysis-sociology-3026155>
- Damayanti, S., Chen, A., & Safa'atul Barkah, C. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Image my Pangandaran Tour and Travel. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3). <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/download/11537/pdf>
- Hasanah, A. N. (2019). Pengertian Caption dan Kegunaannya pada Gambar atau Foto yang Diposting. Nesabamedia
- Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023 | Dosen, Praktisi, Konsultan, Pembicara/Fasilitator Digital Marketing, Internet marketing,*

- SEO, Technopreneur dan Bisnis Digital*. (n.d.). <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>
- Huda, M. (2021). Pengaruh Content Marketing Of Tiktok Dan E-Wom Terhadap Brand Awareness Dan Minat Beli Produk Umkm Sektor Kuliner Di Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 6(2). <https://e-journal.hamzanwadi.ac.id/index.php/jpek/article/view/6336>
- Kaley, A. (2024, January 30). *Content Strategy 101*. Nielsen Norman Group. <https://www.nngroup.com/articles/content-strategy/>
- Kotler, P. K. (2019). *Marketing 4.0*. Jakarta: Gramedia.
- Lacković, N., & Olteanu, A. (2020). Rethinking educational theory and practice in times of visual media: Learning as image-concept integration. *Educational Philosophy and Theory*, 53(6), 597–612. <https://doi.org/10.1080/00131857.2020.1799783>
- Osterwalder, Alexander, Pigneur, Y. (2020). *Business Model Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Purwa. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Menuju Masyarakat Cerdas Berpengetahuan. *Media Sains Informasi Dan Perpustakaan*, 2(1), ISSN 2808-4659. <https://ejournal2.undiksha.ac.id/index.php/msip/article/download/2071/1047/>
- Setiadi A. Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 2016, 16.2.

- Sulistianto, T. (2022). STRATEGI PENINGKATAN PROFITABILITAS PROFESI CONTENT CREATOR SEBAGAI ALTERNATIF PILIHAN KARIER ERA 4.0. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminsitrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(4). <https://stia-binataruna.e-journal.id/PUBLIK/article/download/409/245/>
- Quesenberry, K. A. (2019). *Social Media Strategy*, 2nd Edition. London: Rowman & Littlefield.
- Yusuf, F., Rahman, H., Rahmi, S., & Lismayani, A. (2022). Pemanfaatan Media Social Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, dan Dokumentasi : Pendidikan di Majelis Taklim Annur Sejahtera. *Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1). <https://journal.unm.ac.id/index.php/JHP2M>
- Zein, M. F. 2019. *Panduan Menggunakan Media Sosial untuk Generasi Emas Milenial*. Mohamad Fadhilah Zein : Yogyakarta