

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Yasin, R., Anjani, R. R., Salsabil, S., Rahmayanti, T., & Amalia, R. (2022). PENGARUH SOSIAL MEDIA TERHADAP KESEHATAN MENTAL DAN FISIK REMAJA. *ResearchGate*, 83-90.
- Rusdianto, R., & Setiawan, A. R. (2024). *Penerapan Strategi Marketing Dalam Pembuatan Konten Menggunakan Softselling Dan Hardselling Pada Tiktok Untuk Meningkatkan Brand Awareness Kisana*, 130-137.
- Salma, A. N. (2017). : *Interdisciplinary Journal of Communication. PENGARUH SPONSORSHIP DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS (Studi pada Sponsorship Garuda Indonesia Terhadap Liverpool FC sebagai Global Official Airline Partner)*, 1-26.
- Afandi, S.Kom., M.M, A. (2024). *Digital Marketing: Strategi Unggul Di Era Digital*. Umsu Press.
- Farahdiba, D. (2020). ResearchGate. *KONSEP DAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN: PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN MENUJU ERA DISRUPSI*, 22-38.
- Fauzan, R. (2021, April 22). *Belanja Iklan 2020 Moncer, Nielsen: Ini Proyeksi untuk 2021*. Retrieved from Bisnis.com: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210422/12/1384960/belanja-iklan-2020-moncer-nielsen-ini-proyeksi-untuk-2021>
- Hartini, H. I., AR, H. F., & Charlina. (2017). ResearchGate. *KESANTUNAN BERBAHASA DALAM KOMENTAR CAPTION INSTAGRAM* .
- Krisdanu, C. A., & Sumantri, K. (2023). ResearchGate. *TikTok sebagai Media Pemasaran Digital di Indonesia*, 24-36.
- Lindrigen, S. (2022). *Digital Media & Society* . Sage Publication Ltd.

Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2012). *Advertising & IMC Principles and Practice*. New Jersey: Pearson Education.

Shimp, Terrence A.; Andrews, J. Craig. (2018). *Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications* (10 ed.). South-Western: Cengage Learning.

