

DAFTAR PUSTAKA

- Amriel, Y., & Ariescy, R. (2021). Analisa Engagement Rate Di Instagram: Fenomena Like Dan Komentar. *Jurnal Media Manajemen Jasa*, 9(2), 1–10.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *ADVERTISING AND PROMOTION An Integrated Marketing Communications Perspective Eleventh Edition*. New York: McGraw-Hill Education.
- Cantika, A. R., & Kurnia. (2023). Kesesuaian Karakteristik Key Opinion Leader (KOL) terhadap Efektifitas NCT Dream sebagai KOL Somethinc. *Prologia*, 7(1), 213–221.
- Diamond, S. (2019). *Digital Marketing All-in-One For Dummies*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Irwanto., & Hariatiningsih, L. R. (2020). Meliterasi Warganet Dengan Algoritma Komunikasi Media Sosial Yang Sehat. *Journal Komunikasi*, 11(1), 23–30.
- Karim, A. (2017). Penerapan Metode Brainstorming Pada Matapelajaran IPS Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Kelas VIII Di SMPN 4 Rumbio Jaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi FKIP UIR*, 5(1), 1–12.
- Kurniasari, M., & Budiatmo, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 25-31.
- Lambrecht, A., Tucker, C., & Wiertz, C. (2018). Advertising to Early Trend Propagators: Evidence from Twitter. *Marketing Science*, 37(2), 1–56.
- Mulawarman., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36–44.
- Mulyono, D. D. (2021). Analisis Perubahan Iklan Pada Media Televisi Dalam Acara Liputan6 Ke Media Digital Liputan6. com. *JURKOM Jurnal Riset Komunikasi*, 4(1), 113–129.

- Nurritzka, A. F. (2016). Peran Media Sosial di Era Globalisasi Pada Remaja di Surakarta Suatu Kajian Teoritis dan Praktis Terhadap Remaja dalam Perspektif Perubahan Sosial. *Jurnal Analisa Sosiologi* 5(1), 28-37.
- Oktavia, S. (2023). *Beda Copywriting dan Content Writing*. *Detik.com*. <https://www.detik.com/jatim/bisnis/d-7072312/beda-copywriting-dan-content-writing#:~:text=Content%20Writing%20adalah%20sebuah%20pekerjaan,tulisan%20yang%20relevan%20dan%20menarik>.
- Octavianti, M., Reza, M., et. al. (2019). *Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi Menghadapi Revolusi Industri 4.0*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta.
- Putri, Y. M. A. (2023). Pergeseran Media Periklanan Indonesia Di Era Digital. *Jurnal Multidisiplin Universitas Pramita Indonesia*, 17(2), 1-20.
- Sutarini, I. A. (2019). Evolusi Industri Periklanan di Era Disrupsi (The Evolution Of The Advertising Industry In The Disruption Era). *Jurnal Manajemen Industri*, 8(2), 65–72.
- Social, W. A., & Meltwater. (2024). *Digital 2024 Indonesia, The Essential Guide To The Latest Connected Behaviours*.
- Tasruddin, R. (2017). Tren Periklanan di Media Sosial. *Jurnal Komodifikasi*, 5(5), 15–20.

