

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., Smith, P. (2017). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*. United Kingdom: Taylor & Francis.
- Databoks. (2024). *Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024*. Retrieved from Katadata.co.id: Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal ...Databoks<https://databoks.katadata.co.id> › 2024/03/01 › ini-medi...
- Datareportal.com. (2023) *Digital 2023: Indonesia*. Retrieved from Datareportal.com: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Fantini, E., Sofyan, M., & Suryana, A. (2021). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Sarana Promosi Usaha Kecil Menengah Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Ekonomi, Bisnis dan Sosial, Volume 1, Nomor 2*, 130.
- Firmansyah. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Georgieva, A., & Djoukanova, A. (2014). *Content Marketing: New Opportunities for Building Strong Brands Online*. Lund University.
- Gioglio, Jessica & Walter, Ekaterina. (2014). *The Power of Visual Storytelling_ How to Use Visuals, Videos, and Social Media to Market Your Brand*. New York: McGraw-Hill Education.
- Grizane, T., & Jurgelane, I. (2016). Social Media Impact on Business Evaluation. *Procedia Computer Science, 104*, 190-196.
- Gustam, R. R. (2015). Karakteristik Media Sosial dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop di Kalangan Komunitas Samarinda dan Balikpapan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 3, No. 2, hal.232.
- Helianthusonfri, J. (2016). *YouTube Marketing Panduan Praktis dan Lengkap Belajar Pemasaran Lewat YouTube*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. Harlow: Pearson Education Limited.

- Matadigital.net. (2023) *Pengguna Sosial Media Di Indonesia Capai 191 Juta Orang Pada 2022*. Retrieved from Matadigital.net: <https://matadigital.net/pengguna-sosial-media-di-indonesia-capai-191-juta-orang-pada-2022/>
- Naddiya, F. A. (2021). Peran *Social Media Specialist* dalam Meningkatkan Promosi dan Citra Syariah di Akun Instagram @Modalku melalui Digital Marketing. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Volume 8, Nomor 2*, 265.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Silva, S. C., Duarte, P. A. O., & Almeida, S. R. (2020). How companies evaluate the ROI of social media marketing programmes: insights from B2B and B2C. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 35(12), 2097–2110. <https://doi.org/10.1108/JBIM-06-2019-0291>
- Suryani, I. (2014). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. *Jurnal komunikasi, Volume 8, Nomor 2*, 125.

