

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2024, Februari 6). *TikTok Masuk 5 Besar Daftar Media Sosial Terpopuler Dunia pada Awal 2024*. Retrieved from databoks.katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/06/tiktok-masuk-5-besar-daftar-media-sosial-terpopuler-dunia-pada-awal-2024>
- Bi, N. C., & Zhang, R. (2024). *Global Perspectives on Social Media Influencers and Strategic Business Communication*. IGI Global.
- Chandra, Y. U. (2023, December 8). *Media Sosial sebagai Alat Promosi yang Efektif*. Retrieved from Binus: <https://sis.binus.ac.id/2023/12/08/media-sosial-sebagai-alat-promosi-yang-efektif/>
- Dewi, R. K., & Gischa, S. (2023, Mei 2). *Pengertian, Jenis, dan Sifat Penggunaan dari Multimedia*. Retrieved from kompas.com: <https://www.kompas.com/skola/read/2023/05/02/130000969/pengertian-jenis-dan-sifat-penggunaan-dari-multimedia>
- Dra. Ihsanira Dhevina E, M. (2017, Oktober 3). *Media Sosial Sebagai Ekspresi Kekinian*. Retrieved from setkab.go.id: <https://setkab.go.id/media-sosial-sebagai-ekspresi-kekinian/>
- Hayumuti. (2021, September 15). *Pembelajaran Daring Selama Pandemi COVID-19*. Retrieved from kumparan.com: <https://kumparan.com/hayumuti/pembelajaran-daring-selama-pandemi-covid-19-1wWtq1Ca6mz/1>
- Hendrik. (2021). *Memahami Pengertian Hingga Contoh Content Plan*. Retrieved from gamedia.com: <https://www.gamedia.com/literasi/startup/>
- Imron, M. (2023). *STRATEGI COPY WRITING UNTUK PROMOSI C*. Retrieved from repository.bsi.ac.id: [https://repository.bsi.ac.id/repo/files/369466/download/Lap-Strategi-Copy-Writing-untuk-Promosi-Online\[1\].pdf](https://repository.bsi.ac.id/repo/files/369466/download/Lap-Strategi-Copy-Writing-untuk-Promosi-Online[1].pdf)
- Jatmika, A., & Noviyanti, S. (2023, Oktober 27). *Pakai Metode Live Interaktif, Sinotif Hadirkan Les Privat Matematika Dua Arah*. Retrieved from Kompas: <https://www.kompas.com/edu/read/2023/10/27/101100471/pakai-metode-live-interaktif-sinotif-hadirkan-les-privat-matematika-dua-arah>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *MARKETING 4.0 BERGERAK DARI TRADISIONAL KE DIGITAL*. Gramedia Pustaka Utama.

- Kotler, P., Hollensen, S., & Opresnik, M. O. (2020). *Social Media Marketing: A Practitioner Guide*. Independently Published.
- Kusuma, P. T. (2022, November 13). *Apa Itu Brainstorming? Begini Tujuan, Cara Efektif, dan Contohnya*. Retrieved from detik.com:
<https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6401504/apa-itu-brainstorming-begini-tujuan-cara-efektif-dan-contohnya>
- Naddiya, F. A. (2021). Peran SocialMedia Specialistdalam Meningkatkan Promosi dan Citra Syariah di Akun Instagram @Modalku melalui Digital Marketing. *journal.iainkudus*, 8(2), 7.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v8i2.12623>
- Setyawan, H. (2015). *Buku Ajar Editing*. Akademi Komunikasi Indonesia (AKINDO).
- Sinotif. (n.d.). *Profile SINotif*. Retrieved from Sinotif:
<https://www.sinotif.com/tentang-sinotif/profil>
- Yildiz, R. O. (2023, Maret). Talent Marketing. *Bandirma Onyedi Eylul Universitesi*, 311. <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub66.c157>

