

DAFTAR PUSTAKA

- Adieb, M. (2021, Maret 09). *glints.com*. Diambil kembali dari glints: <https://glints.com/id/lowongan/cara-membuat-konten-berkualitas/>
- Ahdiat, A. (2022, September 01). *Katadata Media Network*. Diambil kembali dari databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2022/09/07/mayoritas-warga-ri-cari-informasi-di-media-sosial>
- Aliya, H. (2022, Oktober 28). *Glints*. Diambil kembali dari [glints.com](https://glints.com/id/lowongan/content-plan-adalah/): <https://glints.com/id/lowongan/content-plan-adalah/>
- Ambar. (2019, May 16). *Pakarkomunikasi.com*. Diambil kembali dari Pakarkomunikasi: <https://pakarkomunikasi.com/fungsi-backsound-dalam-pembuatan-film>
- Annur, C. M. (2023, September 26). *Katadata Media Network*. Diambil kembali dari [databoks](https://databoks.katadata.co.id) [katadata:](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/26/pengguna-instagram-ri-tembus-100-juta-orang-per-april-2023-terbanyak-ke-4-di-dunia) <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/26/pengguna-instagram-ri-tembus-100-juta-orang-per-april-2023-terbanyak-ke-4-di-dunia>
- Annur, C. M. (2024, Januari 03). Diambil kembali dari [databoks](https://databoks.katadata.co.id) [katadata:](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024#:~:text=Secara%20keseluruhan%2C%20We%20Are%20Social,9%25%20dari%20total%20populasi%20nasional.) <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024#:~:text=Secara%20keseluruhan%2C%20We%20Are%20Social,9%25%20dari%20total%20populasi%20nasional.>
- Bibah. (2023, May 30). *Increase*. Diambil kembali dari [Increaseink](https://increasink.co.id): <https://increasink.co.id/menulis-caption-instagram/>
- Cangara, H. (2014). Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Dalam H. Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (hal. 76-77). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Cangara, H. (2014). Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Dalam H. Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (hal. 77). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cangara, H. (2014). Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Dalam H. Cangara. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2016). Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice. Dalam *SIXTH EDITION DIGITAL MARKETING* (hal. 3). United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Dara. (2020, July 13). *Epicmc2*. Diambil kembali dari Credit Union Marketing: <https://epicmc2.com/insights/credit-unions-help-members-social-media/>
- Deff, D. (2023, July 25). *DAFU DEFF*. Diambil kembali dari [dafideff.com](https://www.dafideff.com/2023/07/video-editor-dan-video-editing-apa-bagaimana.html): <https://www.dafideff.com/2023/07/video-editor-dan-video-editing-apa-bagaimana.html>
- Direktorat. (2023, Maret 20). *Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi*. Diambil kembali dari [vokasi.kemdikbud.go.id](https://vokasi.kemdikbud.go.id/read/b/pengen-jadi-content-creator-yuk-pahami-jenis-jenis-konten-yang-bikin-viral): <https://vokasi.kemdikbud.go.id/read/b/pengen-jadi-content-creator-yuk-pahami-jenis-jenis-konten-yang-bikin-viral>
- Durianto. (2017). Landasan Teori. *BAB II KAJIAN PUSTAKA*, 8.
- Elle, D. (2021). Penentuan Tujuan Umum. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3.
- Enterprise, J. (2013). *30 bisnis berbasis ide*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Fauzan, R. (2021, April 22). *Belanja Iklan 2020 Moncer, Nielsen: Ini Proyeksi untuk 2021*. Diambil kembali dari [Bisnis.com](https://ekonomi.bisnis.com/read/20210422/12/1384960/belanja-iklan-2020-moncer-nielsen-ini-proyeksi-untuk-2021): <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210422/12/1384960/belanja-iklan-2020-moncer-nielsen-ini-proyeksi-untuk-2021>

- Harto, B. (2023). Social Media Marketing. Dalam A. Yanto, *Social Media Marketing* (hal. 146). Padang: PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Hill, M. (2018, Jan 29). *Media Sosial*. Diambil kembali dari Institutional Repository of UIN SATU Tulungagung: <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/9135/5/BAB%20II.pdf>
- Jessica, C. (2024). Social Media Specialist. *Tanggung jawab hingga prospeknya*.
- Kasasa. (2021, August 2). *Kasasa Exchange*. Diambil kembali dari Kasasa: <https://offer.kasasa.com/exchange/articles/marketing/instagram-for-banks>
- Kemp, S. (2023, february 09). *Datareportal.com*. Diambil kembali dari datereportal: <https://datereportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Maruaqsha. (2022, Maret 15). *kompasiana.com*. Diambil kembali dari Kompasiana Beyond Blogging: <https://kompasiana.com/virtuelounge/623043937a36cd5cf846c254/manfaat-kalender-event-dalam-merencanakan-liburan>
- Metra. (2024, April 04). *Metra Digital Media*. Diambil kembali dari mdmedia.co.id: <https://mdmedia.co.id/index.php/whats-up/112/artikel/media-planning-pengertian-fungsi-strategi-dan-tips>
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2012). *Advertising & IMC Principles and Practice*. New Jersey: Pearson Education.
- Nasytha, Z. S. (2023, April 04). *kompas.com*. Diambil kembali dari umkm.kompas.com: <https://umkm.kompas.com/read/2023/04/04/100017283/3-manfaat-penggunaan-konten-interaktif-dalam-berbisnis>
- Putri, V. K. (2021, April 07). *kompas.com*. Diambil kembali dari Kompas.com skola: <https://www.kompas.com/skola/read/2021/04/07/152618069/storyboard-pengertian-fungsi-manfaat-dan-cara-membuatnya?page=all>

- Reich, G. (2023, August 03). *The Financial Brand*. Diambil kembali dari thefinancialbrand.com: <https://thefinancialbrand.com/news/social-media-banking/the-top-u-s-banks-on-instagram-for-2023-165152/>
- Retina. (2022, October 25). *Retina Production*. Diambil kembali dari kreatifprouction.com: <https://www.retina.co.id/tugas-sutradara-dan-tugasnya/>
- Santoso. (2020, January 27). *santoso.com*. Diambil kembali dari marketing: <https://ihsansantoso.com/stp-marketing/>
- Sari, D. N., & Fasa, M. I. (2023). ANALISIS KONTEN ISNTAGRAM SEBAGAI STRATEGI DIGITAL MARKETING BANK SYARIAH INDONESIA. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4.
- Shimp, Terrence A.; Andrews, J. Craig. (2018). *Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications* (10 ed.). South-Western: Cengage Learning.
- Sutrisno, A. P. (2021). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @HUMASBDG. *Jurnal Common* , 119.
- Wijaya, A. (2023, september 17). *kompas.com*. Diambil kembali dari Kompas.com.skola: <https://www.kompas.com/skola/read/2023/09/17/120000169/pengertian-fraud-jenis-unsur-dan-faktor-penyebabnya?page=all>
- Wulandari, Z. (2021). Webinar dan Pelatihan Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian*, 46.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A