

## DAFTAR PUSTAKA

- Amrullah, E. F., Musta'an, & Putri, S. N. (2022). Aktivitas Media Monitoring Subbagian Humas dan Protokol Sekretariat DPRD Kota Surakarta pada Media Cetak. *Universitas Sahid Surakarta Perpustakaan*, 16-19. Retrieved from <http://repository.usahidsolo.ac.id/2363/>
- Annur, C. M. (2024, Maret 1). *Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024 TEKNOLOGI & TELEKOMUNIKASI*. Retrieved from Katadata Media Network: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024#%3A~%3Atext%3Dsecara%20keseluruhan%2C%20We%20Are%20Social%2C9%25%20dari%20total%20populasi%20nasional>
- Bashiroh, A., Mushtofa, M. M., Febianti, I. D., Riwiwowo, N., & Kusuma, W. Z. (2023). Optimalisasi Kreativitas Sosial Media Dengan Pelatihan Content Creator. *Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, Volume 5(4), 2. Retrieved from [https://journal-center.litpam.com/index.php/Sasambo\\_Abdimas/article/view/1732](https://journal-center.litpam.com/index.php/Sasambo_Abdimas/article/view/1732)
- Juliantari, N. L., Astari, A. A., & Indiani, N. L. (2022). PENGARUH CONTENT CREATOR PADA APLIKASI REEL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN INOVASI GENERASI MUDA. *Nusantara Hasana Journal*, Volume 2(4), 2. Retrieved from <https://nusantarahasanajournal.com/index.php/nhj/article/view/476>
- Lubis, N. S., & Nasution, M. I. (2023). PERKEMBANGAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN DAMPAKNYA PADA MASYARAKAT. *Jurnal Multidisiplin Saintek*, Volume 1(12), 2. Retrieved from <https://ejournal.warunayama.org/index.php/kohesi/article/view/1311>
- Maharani, V. E. (2020). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DAN INFORMASI PEMERINTAH KOTA SEMARANG. *e-Proceeding of Management*, Volume 7(2), 2. Retrieved from <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/13573/13098>
- Purike, E., Baiti, A., & Azizah, N. (2022). SIKAP PENGGUNA MEDIA SOSIAL TERHADAP INFORMASI PUBLIK YANG DISAMPAIKAN PEMERINTAH MELALUI MEDIA DARING DAN MEDIA SOSIAL. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora*, Volume 1(1), 3. Retrieved from <https://prin.or.id/index.php/JURRISH/article/view/167>

- Ramdhani, F., & Ubaidilah, H. (2024). PELATIHAN PROFESIONALISME KONTEN KREATIF: MEMBANGUN KEMAMPUAN DAN JARINGAN DALAM DUNIA DIGITAL. *Jurnal Multidisiplin Saintek*, Volume 2(12), 2. Retrieved from <https://ejournal.warunayama.org/index.php/kohesi/article/view/2792/2638>
- Ricko, & Junaidi, A. (2019). Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion). *Prologia*, Volume 3(1), 3. Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/c85c/e72673fa12aad0f83cc3dabb8f2fcf93d436.pdf>
- Thifalia, N., & Susanti, S. (2021). PRODUKSI KONTEN VISUAL DAN AUDIOVISUAL MEDIA SOSIAL. *Jurnal Common*, Volume 5 (1), 3. Retrieved from <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/4799>
- Wibowo, H. S. (2023). *Teknologi Informasi dan Komunikasi Untuk Mahasiswa*. Semarang: Tiram Media.
- Wulur, F. C., & Mulyanti, D. (2022). ANALISIS PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PENYEBARAN LAYANAN INFORMASI PUBLIK DI PEMERINTAH. *MANABIS (Jurnal Manajemen dan Bisnis)*, Volume 2(1), 1. Retrieved from <https://journal.yp3a.org/index.php/manabis/article/view/1549>

