

DAFTAR PUSTAKA

- Arirang. (2024). *Company Profile*. <https://arirang.co.id/>
- Clampitt, P.(2017). *Communication for Managerial Effectiveness: Challenges, Strategies, Solutions, Sixth Edition*. USA: SAGE.
- Darmastuti, S., Juned, M., Ali, S., & Satrio, J. (2021). Pengenalan Media Sosial Untuk Menciptakan Peluang Ekonomi di Karang Taruna Desa Panyirapan Kabupaten Serang. *Indonesian Journal of Society Engagement*, 2(2), 75–90. <https://doi.org/10.33753/ijse.v2i2.32>
- GAGA. (2024). *Company Profile*. <https://gagafood.co.id/>
- Kurniawan, E. P., Karsam, & Laksono, Y. T. (2024). Pengambilan Gambar dan Editing dalam Produksi Film Pendek Bergenre Drama Tentang Makna dan Filosofi Aksara Jawa. *Multimedia STIKOM*, 1–5. <https://media.neliti.com/media/publications/448297-none-69062eb1.pdf>
- Naddiya, F. (2021). Peran Social Media Specialist dalam Meningkatkan Promosi dan Citra Syariah di Akun Instagram @Modalku melalui Digital Marketing. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 8(2), 255. <https://doi.org/10.21043/at-tabsyir.v8i2.12623>
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi dan Socioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Niantiara, A. (2022). Analisis Pemanfaatan Key Opinion Leader (KOL) oleh Batagor Acan sebagai Strategi Marketing Public Relations (MPR) di Instagram. *Jurnal Representamen*, 8(02), 1–13. <https://doi.org/10.30996/representamen.v8i2.7203>
- Prayoga, D, E. (2015). *Easy Copywriting: Contek Abis, Sampai Laris!* Sukabumi: Delta Saputra.
- Rouddah, K. N., Barkah, C. S., & Novel, N. J. A. (2021). Analisis Negosiasi Bisnis

Perusahaan Trading dengan Pengepul Kopi Toraja (Studi Pada PT. Danapati Prakasa Sentosa). *Jurnal Bisnis Strategi*, 30(1), 47–53.
<https://doi.org/10.14710/jbs.30.1.47-53>

Sani, R. A. (2019). *Strategi Belajar Mengajar*. Depok: Rajawali Pers.

Social, W. A. (2024). *Our Work*. <https://wearesocial.com/us/blog/>

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.