

DAFTAR PUSTAKA

- Awaliyah, C., Dewi, D. A., & Furnamasari, Y. F. (2021). Media sosial mempengaruhi integrasi bangsa, 7868.
- Farahdiba, D. (2020). Konsep dan strategi komunikasi pemasaran: Perubahan perilaku konsumen menuju era disrupsi. *ResearchGate*, 22–38.
- Maeskina, M. M., & Hidayat, D. (2021). IPPAR model pendekatan content creator dalam mempertahankan reputasi di media Snack Video, 162.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2012). *Advertising & IMC: Principles and practice*. Pearson Education.
- Panatrade. (n.d.). *Company profile*. <https://panatrade.id>
- Rusdianto, R., & Setiawan, A. R. (2024). Penerapan strategi marketing dalam pembuatan konten menggunakan softselling dan hardselling pada TikTok untuk meningkatkan brand awareness Kisana, 130–137.
- Sudiantini, D., Safitri, A., Pambudi, A. A., Alfia, A. P., Permana, A., & Haristiyanti, A. P. (2023). Pengaruh media sosial dalam prestasi pendidikan, 184.

U M M N
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