

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliani, Hasanah, & Anas. (2019). PEMBUATAN VIDEO PROFIL DENGAN EFEK VINTAGE KAMPUNG WISATA ADAT SENGKOAHS SEBAGAI MEDIA INFORMASI MAKING OF VIDEO PROFILE WITH VINTAGE EFFECT OF SENGKOAHS TRADITIONAL KAMPUNG AS INFORMATION MEDIA. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia (JTIM)*.
- Baker, S. (2020). *Content Inc.: How Entrepreneurs Use Content to Build Massive Audiences and Create Radically Successful Businesses*. McGraw-Hill Education.
- Crawford, G., & Zorich, D. (2018). *The Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age*. Columbia Business School Publishing.
- Darningwati, Lestari, & Sulisty. (2019). KEEFEKTIFAN PENERAPAN METODE BRAINSTORMING UNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN MAHASISWA DALAM MENULIS TEKS BERITA. *Jurnal Ilmiah Bahasa Dan Sastra*.
- Data, G. (2023, September 12). Ada 74,90% Masyarakat Indonesia Gunakan Internet untuk Mendapatkan Informasi dan Berita. *GoodStats Data*. <https://data.goodstats.id/statistic/ada-7490-masyarakat-indonesia-gunakan-internet-untuk-mendapatkan-informasi-dan-berita-dwbSe>
- Diana, & Sari. (2024). Dampak Transformasi Digitalisasi terhadap Perubahan Perilaku Masyarakat Pedesaan. *JURNAL PEMERINTAHAN DAN POLITIK*.
- Gheyle, & Jacobs. (2016). *Content Analysis: a short overview*. *Internal Research Note*.

- Graham, M. (2018). *The Adweek Caption writing Handbook: The Ultimate Guide to Writing Powerful Advertising Copy from One of America's Top Copywriters*. Adweek.
- Hafizd, Nurfalah, Ramadhan, Kaerudin, & Elok. (2023). Peran Media Sosial dalam Penyampaian Aspirasi Masyarakat untuk Perubahan yang Lebih Baik. *Strata Social and Humanities Studies*, 1, 147–155. <https://doi.org/10.59631/sshs.v1i2.108>
- Hasniaty, Harto, Istiano, & Munawar. (2024). *SOCIAL MEDIA MARKETING*. PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Rizky, & Putri. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI *CONTENT CREATOR* @ijoeel DALAM MENAMPILKAN CITRA KOTA JAKARTA MELALUI AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, V.
- Rose, R., & Pulizzi, J. (2017). *Content Inc.: How Entrepreneurs Use Content to Build Massive Audiences and Create Radically Successful Businesses*. McGraw-Hill Education.
- Setiadi. (2015). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI. *Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika*. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/1283>
- Tarigan. (2022). Peran *Caption writing* Media Sosial Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Terhadap Produk West Burger. *JIMSIPOL*, 2, 1–10.
- Thompson, A. (2024, August 28). Digital 2024: 5 billion *social media* users - We Are Social Indonesia. *We Are Social Indonesia*. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>