

DAFTAR PUSTAKA

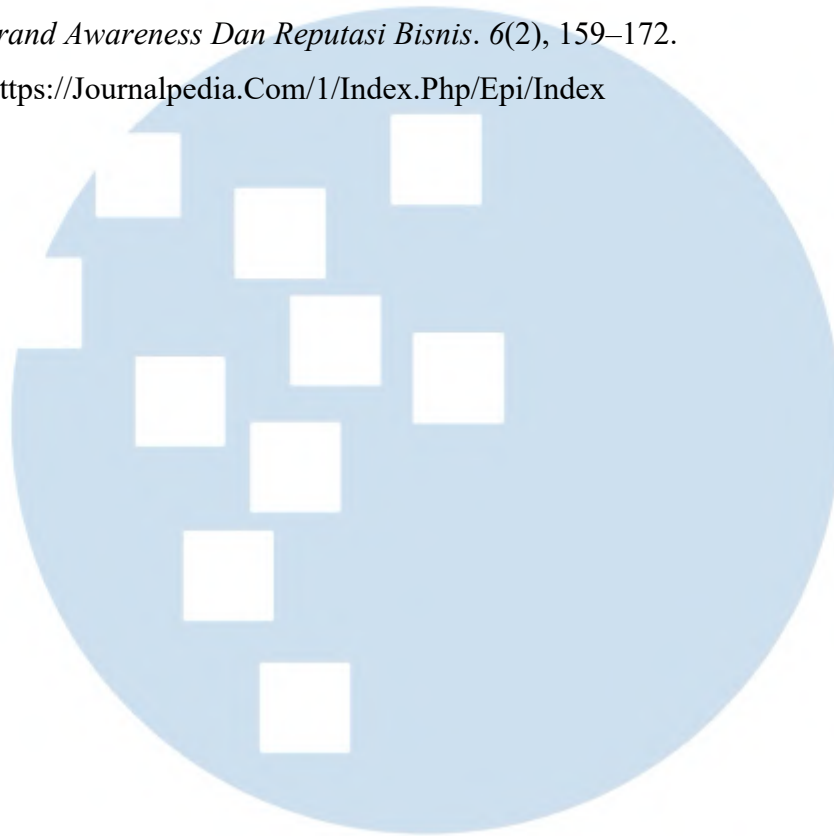
- Annur, C. M. (2024). *Indonesia Masuk Top 10 Negara Paling Betah Main Medsos.*
- Bartoloni, S., & Ancillai, C. (2023). Twenty Years Of Social Media Marketing: A Systematic Review, Integrative Framework, And Future Research Agenda. *International Journal Of Management Reviews*.
<https://doi.org/10.1111/Ijmr.12360>
- Deloitte. (2025). *2025 Digital Media Trends: Social Platforms Are Becoming A Dominant Force In Media And Entertainment.*
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting The Future Of Digital And Social Media Marketing Research: Perspectives And Research Propositions. *International Journal Of Information Management*, 59(July 2020), 102168.
<https://doi.org/10.1016/J.Ijinfomgt.2020.102168>
- Kencana, W. H., Situmeang, I. V. O., Meisyanti, M., Rahmawati, K. J., & Nugroho, H. (2021). Penggunaan Media Sosial Dalam Portal Berita Online. *Ikra-Ith Humaniora : Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 6(2), 136–145.
<https://doi.org/10.37817/Ikraith-Humaniora.V6i2.1509>
- Li, F., Larimo, J., & Leonidou, L. C. (2021). Social Media Marketing Strategy: Definition, Conceptualization, Taxonomy, Validation, And Future Agenda. *Journal Of The Academy Of Marketing Science*, 49(1), 51–70.
<https://doi.org/10.1007/S11747-020-00733-3>
- Marsanda, I. (2025). *Peran Host Live Streaming Dan Konten Kreator Sebagai Marketing Public Relation Pada Akun @Lmntology.*
- Maylapattra, A., Rosalinda, D., & Firmansyah, M. S. (2022). *Perbandingan Tingkat Efektivitas Pemasaran Produk Melalui Aplikasi Facebook,*

Instagram Dan Tiktok.

- Pujiono, A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi - Z. *Journal Of Christian Education*, 2(1), 1–19.
<https://doi.org/10.54213/Tanzhimuna.V2i02.180>
- Putri, O. B., & Asnusa, S. (2025). *Peran Kualitas Konten Dalam Strategi Content Marketing Untuk Meraih Engagement Tinggi Di Instagram Dan Tiktok Honda Pramuka*. 5, 5430–5441.
- Riyanto, A. D. (2025). *Hootsuite (We Are Social): Data Digital Indonesia 2025*.
- Sari, F. (2022). Education Fair: Layanan Bimbingan Karier Dalam Perencanaan Studi Lanjut Siswa Di Tumbuh High School. *Nusantara: Jurnal Pendidikan Indonesia*, 2, 391–406. <https://doi.org/10.14421/Njpi.2022.V2i3-1>
- Shahbaznezhad, H., Dolan, R., & Rashidirad, M. (2022). The Role Of Social Media Content Format And Platform In Users' Engagement Behavior. *Journal Of Interactive Marketing*, 53(1).
<https://doi.org/10.1016/J.Intmar.2020.05.001>
- Sopari, R. M., Alawiyah, W. D., Bisnis, A., Negeri, P., & Indonesia, B. (2024). *Pengaruh Visual Content Marketing Dan Copywriting Terhadap Tingkat Engagement Pengguna Instagram Di Kota Bandung*. 7(3), 356–369.
- Srikandi, M. B., Suparna, P., & Haes, P. E. (2023). Audiens Sebagai Gatekeeper Pada Media Sosial. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 7(2), 179. <https://doi.org/10.24853/Pk.7.2.179-192>
- Sumiati, E., & Wijonarko. (2020). Manfaat Literasi Digital Bagi Masyarakat Dan Sektor Pendidikan Pada Saat Pandemi Covid-19. *Buletin Perpustakaan Universitas Islam Indonesia*, 3(2), 65–80.
- Taan, H., Radji, D. L., Rasjid, H., & Indriyani. (2021). Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image. *Journal Of Management & Business*, 4(1), 315–330. <https://doi.org/10.37531/Sejaman.V4i1.1268>

Wulandari, P., & Riofita, H. (2024). *Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awareness Dan Reputasi Bisnis*. 6(2), 159–172.

<https://Journalpedia.Com/1/Index.Php/Epi/Index>



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA