

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, .: P. (2018). *Principles of Marketing*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Barker, M. B. (2017). *ocial Media Marketing: A Strategic Approach (2nd ed.)*. Cengage Learning.
- Belch, G. E. (2017). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*.
- Binekasri, R. M. (2024, Agustus 25). Daftar 10 Bank Terbesar di Indonesia, OCBC Naik - BDMN Terpent.
- Dinda Nur Octaviany, W. J. (2024). Klasifikasi Waktu Pada Dokumen Persetujuan Accounting Voucher. *Jurnal Teknik Mesin, Industri, Elektro dan Informatika (JTMEI)*.
- Evans, D. (2020). *Social Media Marketing: An Hour a Day*. Wiley.
- Khairunnisa, H. A. (2024). Strategi Penggunaan Content Marketing Pada Pengguna TikTok dan Instagram Berdasarkan Audience Behaviour di Perusahaan X.
- Kotler, P. &. (2016). *Marketing Management: 15th Global Edition*.
- Lindgren, H. (2022). *Digital Media & Society: 2nd Edition*. London: SAGE Publications Ltd.
- Luttrell, R. &. (2021). *Social Media and Strategic Communications: A Comparative Approach*. Routledge.
- Musburger, G. K. (2009). *Introduction to Media Production: The Path to Digital Media Production*. Routledge.
- Saleha, & Yuwita, M. R. (2023). ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE PADA. *Mahadaya*, 3(1).

- Satria Rangga Pamungkas, D. Z. (2024). Strategi Memenangkan Pitching Pada Social Media Marketing. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*.
- Tsany Lathifa Nizarisda, F. Z. (2023). Upaya Peningkatan Engagement Media Sosial Instagram oleh Media Parapua
- Tuten, T. L. (2018). *Social Media Marketing (3rd ed.)*. SAGE Publications.
- Yanuarita Kusuma, H. R. (2022). CONTENT CREATOR YANG BERKARAKTER BERDASARKAN ANALISIS VIDEO YOUTUBE NINGSIH TINAMPI.
- Yonatan, A. Z. (2023, Juni 21). Menilik Pengguna Media Sosial Indonesia 2017-2026. *Pengguna Social Media Indonesia 2017-2026*.

