

DAFTAR PUSTAKA

- Ayuni, M. S., & Sari, D. (2025). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Generasi Milenial Di Indonesia. *Jurnal Dinamika Sosial dan Sains*, 2(1), 417-422.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2012). *Advertising & IMC Principles and Practice*. New Jersey: Pearson Education.
- Aulia, S. U., Sadat, A. M., & Sari, D. A. P. (2025). Analisis Promosi Instagram Melalui Pendekatan AISAS pada Atlantis Water Adventure Ancol. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 4(1), 335-359.
- Ricko, R., & Junaidi, A. (2019). Analisis strategi konten dalam meraih engagement pada media sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion). *Prologia*, 3(1), 231-237.
- Hidayanti, W. I., Rochintaniawati, D., & Agustin, R. R. (2018). The Effect of Brainstorming on Students' Creative Thinking Skill in Learning Nutrition. *Journal of Science Learning*, 1(2), 44-48.
- Mahoney, L. M., & Tang, T. (2024). *Strategic social media: From marketing to social change*. John Wiley & Sons.
- Fani, M. A. A. H. M., Daulay, A. N., & Harianto, B. (2024). Strategi Konten Kreatif Dalam Membentuk Citra Merek Di Media Sosial:(Studi Kasus Pada Usaha Konten Kreatif Yelo Studio). *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 7(3), 307-318
- Sundari, S., Silalahi, V. A. J. M., & Siahaan, R. S. (2024). Komunikasi Interpersonal dalam Membangun Harmoni dan Produktivitas di Tempat Kerja. *Jurnal Cakrawala Akademika*, 1(3), 419-438.
- Lindgren, S. (2021). *Digital Media and Society*.
- Mata Kuliah Art & Copywriting Pertemuan 1 – 4
- Mata Kuliah Media & Sociology Pertemuan 1 – 8