

DAFTAR PUSTAKA

Amri, Y. K. (2021). *Psikolinguistik : Pengaruh Budaya pada Perilaku Berbahasa*.

https://books.google.co.id/books?id=1N5SEAAAQBAJ&pg=PA160&dq=sosial+media&hl=en&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwjOwYPVhfqNAXUuTGwGHV2UKqEQ6AF6BAgFEAM#v=onepage&q=sosial%20media&f=false

Bordelon, A. (2019). *Social Media Marketing*.

Caples, J. (2024). *Tested Advertising Methods*. Pbooks.

https://books.google.co.id/books?id=1k3c0AEACAAJ&dq=buku+tentang+copywriting&hl=en&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwi8usKqh_qNAXVAe2wGHY96DDQQ6AF6BAgGEAM

DIFITECH. (2024). *Digital Marketing vs Pemasaran Tradisional: Mana yang Lebih Efektif?*

<https://difitech.id/blog/digital-marketing-vs-pemasaran-tradisional/>

Fujiyama. (2024, Oktober). *Pentingnya Media Sosial dalam Pemasaran Produk di*

Era Digital. Telkom University.

https://surabaya.telkomuniversity.ac.id/pentingnya-media-sosial-dalam-pemasaran-produk-di-era-digital/?utm_source=chatgpt.com

- Hasanah, A., & Yanti, N. P. (2022). *PENGARUH MEDIA SOSIAL DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DI ERA DIGITAL*, 4.
- Kemp, S. (2019, 9 18). *DIGITAL 2019 SPOTLIGHT: ECOMMERCE IN INDONESIA*.
<https://datareportal.com/reports/digital-2019-ecommerce-in-indonesia>
- Kenny, T. (2023). *Social Media and Genre Studies*. Lexington Books.
https://books.google.co.id/books?id=Ga-3EAAQBAJ&pg=PA36&dq=social+media+specialist&hl=en&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwi17bnqhPqNAXWVcGwGHW3nFssQ6AF6BAgLEAM#v=onepage&q=social%20media%20specialist&f=false
- Madiyant, M. (2021). *Copywriting Retorika Iklan dan Storytelling Teori dan Teknik Menulis Naskah*. Gadjah Mada University Press.
https://books.google.co.id/books?id=kcATEAAQBAJ&pg=PA72&dq=copywriting+teori&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwiA_q-RjOmNAXUm6jgGHAlgNOIQ6AF6BAgKEAM#v=onepage&q=copywriting%20teori&f=false
- Nandy. (2020). *Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat, dan Perkembangannya*. Gramedia.com.
<https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/?srsltid=AfmBOotiTjuUcjqmZBBqtcWA5vw95QA9-44ajpRilmumuIzwgRAYOC>
- Panggabean, A. D. (2024, May 29). *Ini Data Statistik Penggunaan Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2024*. RRI.CO.ID.

<https://www.rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024>

Perera, C. H., Nayak, R., & Nguyen, L. V. T. (2022). *Social Media Marketing and Customer-Based Brand Equity for Higher Educational Institutions: Case of Vietnam and Sri Lanka*. Springer Nature Singapore.

Raharjo, P. G. (2024). *STRATEGI MARKETING*. CV. Intelektual Manifes Media.
https://books.google.co.id/books?id=oeU2EQAAQBAJ&pg=PA199&dq=pembuatan+konten&hl=en&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwjxtL6phfqNAXUIR2wGHbQwH24Q6AF6BAgHEAM#v=onepage&q=pembuatan%20konten&f=false

Surdana, D. (2024). *Marketing*. Google Play Books.
https://books.google.co.id/books?id=cEz3EAAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&hl=id&source=gbg_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Sutopo, A. H. (2024). *Inovasi dalam Publikasi: Membuat Ebook dengan Bantuan AI*. Topazart.
https://books.google.co.id/books?id=T7kIEQAAQBAJ&pg=PA10&dq=pembuatan+konten&hl=en&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwiI75Tah_qNAXsT2cHHaWtFFoQ6AF6BAgHEAM#v=onepage&q=pembuatan%20konten&f=false