

DAFTAR PUSTAKA

- Ahda, M. H., & Hajar, S. (2024). Strategi Sosial Media *Officer* PT. Garuda Cyber Indonesia dalam Meningkatkan Kesadaran Merek Melalui Platform Digital. *Indonesian Research Journal on Education*, 4(3), 847–855.
- Anesti, S., & Diniati, A. (2024). Perencanaan konten media sosial Instagram @Kampunginggrisbdg dalam membangun *customer engagement*. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 15(1), 99–114.
- Banyumurti, I. (2018). Media Sosial. banyumurti.net.
<https://literasidigital.id/books/media-sosial>
- Databoks Katadata. (2023, April 20). Survei KIC-Kominfo: Pengguna TikTok di Indonesia meroket tajam semenjak pandemi Covid-19.
<https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/4d07ecc1af04a0d/survei-kic-kominfo-pengguna-tiktok-di-indonesia-meroket-tajam-semenjak-pandemi-covid-19>
- DeVito, J. A., & DeVito, J. (2019). *The interpersonal communication book. Instructor*, 1(18), 521–532.
- Maeskina, M. M., & Hidayat, D. (2022). Adaptasi kerja *content creator* di era digital. *Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(1), 20–30.
- Peragi, A., & Putri, W. Y. (2025). Peran Social Media *Specialist* dalam meningkatkan kesadaran peduli sampah melalui Instagram @synergynara. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 5(3), 1447–1457.
- Syarif, F., & Syarah, M. (2025). *Content planning* sebagai strategi komunikasi publik pada media sosial Balai Penerapan Modernisasi Pertanian (BRMP) Jakarta. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 2(4), 18.

View of Peran media sosial dalam peningkatan kesadaran merek dan penjualan.

(n.d.). <https://ejournal.areai.or.id/index.php/JIEAP/article/view/883/1210>

Walther, J. B. (2015). *Social information processing theory (CMC)*. In *The international encyclopedia of interpersonal communication* (pp. 1–13).

