

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, S. (2022). Faktor revolusi perilaku konsumen era digital: sebuah tinjauan literatur. *Jipis*, 31(2), 134–148.
- Aini, K., Purwanto, D., & Rahman, A. (2024). OLAHRAGA NON-PROFIT: LITERATURE REVIEW. *Dharmas Journal of Sport*, 4(02).
- Andy, L. T., & Ruliana, P. (2022). Strategi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Daya Saing dan Volume Penjualan Di Era Pandemi Covid 19. *Jurnal Nomosleca*, 8(1), 17–29.
- Anggarini, D. T. (2021). Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Personal Branding dalam Membangun Citra dan Popularitas dalam Media Sosial. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 259–268.
- Cahyani, E. N., & Fitriyani, E. (2021). Analisis Instagram Sebagai Social Media Marketing Di Industri Perhotelan. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 10(1), 10(1), 29–46.
- Cahyono, T. (2023). *Panduan Praktis Jurnalistik: Menjadi Jurnalis Profesional*. Guepedia.
- Dhinanti, M., Nuranik, D. A., Azka, R., & Nazhif, M. N. (2024). Industrialisasi Media Massa Dan Implikasinya Terhadap Kualitas Berita: Studi Media Online Tempo Dan Kompas. *Merdeka Indonesia Jurnal International*, 4(2), 405–420.
- Grennfly. (2025). *Media Sosial dalam Olahraga: Meningkatkan Keterlibatan Penggemar*. <https://www.greenfly.com/blog/social-media-in-sports/>
- Hayati, K., & Afriani, A. L. (2023). Pemanfaatan Fitur Instagram Hashtag (#) di Era Konvergensi. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan*, 5(1), 46–61.
- Ikhwan, M. (2022). *Manajemen media kontemporer: Mengelola media cetak, penyiaran, dan digital*. Prenada Media.
- Linkedin. (2015). *PT. Merah Putih Media*. Linkedin.Com. <https://www.linkedin.com/company/pt-merah-putih-media/about/>
- Madiistriyatno, H., & Tunnufus, Z. (2024). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Mengelola Potensi Individu dalam Perusahaan*. Indigo Media.
- MerahPutih. (2025). *MerahPutih.com*. <https://www.merahputih.com/>
- Noventa, C., Soraya, I., & Muntazah, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram BuddyKu Sebagai Sarana Informasi Terkini. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(3), 626–635. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1124>

- Nugraha, M. Y., Ayuningtyas, F., & Muqsith, M. A. (2024). Connective Action dan Hashtag activism di Twitter/X Case Studi: Pemilihan Presiden 2024 Pendekatan Social Network Analyst. *PERSPEKTIF*, 13(3), 717–726.
- Nur, E. (2021). PERAN MEDIA MASSA DALAM MENGHADAPI SERBUAN MEDIA ONLINE THE ROLE OF MASS MEDIA IN FACING ONLINE MEDIA ATTACKS. *MAJALAH ILMIAH SEMI POPULER KOMUNIKASI MASSA*, 2(1).
- Oktriwina, A. S. (2022, May). *Hashtag: Apa Itu, Cara Kerja, Manfaat, dan Tips Menggunakannya*. <https://glints.com/id/lowongan/hashtag-adalah/>
- rocketreach. (2015). *PT. Merah Putih Media Information*. Rocketreach.Com. https://rocketreach.co/pt-merah-putih-media-profile_b40ceca5ffb8ac56
- 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), 179–192.
- Syadzwina, A. W. W., Cangara, H., Unde, A. A., & Bahfiarti, T. (2024). Komunikasi Olahraga: Promosi dan Pemasaran Olahraga di Era Digital. *Jurnal Audiens*, 5(3), 551–564. <https://doi.org/10.18196/jas.v5i3.491>
- Wulandari, S., Zahiroh, M. Y., Maknunah, L. L., & Halizah, S. N. (2025). Peran Konten TikTok dalam Mengembangkan Branding sebagai Media Bisnis Digital yang Berprofitabilitas. *Journal of Science and Education Research*, 4(1), 71–78.
- Yunus, T. A. Z. (2018, December 5). *10 Akun Olahraga Indonesia Paling Dibicarakan di Sosial Media Tahun 2018*. Bolasport.Com.

