

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, L. A. (2020). Digitalisasi industri dan pengaruhnya terhadap ketenagakerjaan dan hubungan kerja di Indonesia. *Jurnal Kompilasi Hukum*, 5(2), 267–298.
- Farah, N. T., Amiwantoro, S., Nikmah, S., & Ikaningtyas. (2024). Implementasi Strategi Pemasaran Digital Dalam Pengembangan Bisnis Di Era Digitalisasi. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 24.
- Gartman, C. (2009). Social networking in less than an hour a day. *Franchising World*, 41(12), 40–41.
- PT Bangun Laksana Persada. (t.t.). Website Resmi PT Bangun Laksana Persada. Diambil 25 April 2025, dari <https://www.laksanabusinesspark-official.com/tentang-kami>
- Risky, N., & Setiawati, S. D. (2020). Penggunaan media sosial Instagram Haloa Cafe sebagai komunikasi pemasaran online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 177–190.
- Swaminathan, T. N., Harish, A., & Cherian, B. (2013). Effect of social media outreach engagement in institutions of higher learning in India. *Asia-Pacific Journal of Management Research and Innovation*, 9(4), 349–357.
- Tassava, B. (2010). Making social media worth the time and effort. *Firstline*, 6(6), 38–40.
- Yonatan, A. Z. (2025). 10 media sosial dengan pengguna terbanyak 2024: Facebook, YouTube, WhatsApp, dan Instagram masih menjadi raja media sosial secara global, dengan lebih dari 9 miliar pengguna secara keseluruhan. GoodStats.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A