

DAFTAR PUSTAKA

Abdjul, F., Massie, J. D., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Content Marketing, Search Engine Optimization Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Feb Unsrat Di E-Commerce Sociolla. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 225-236.

Chaffey, D., & Smith, P. R. (2022). *Digital marketing excellence: planning, optimizing and integrating online marketing*. Routledge.

Herdayani, S., Barkah, C. S. A., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Peranan media sosial dalam mengembangkan suatu bisnis: Literature review. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 103-121.

Ideowork (2023, 09 Mei). Mengenal Brand Activation Agency, Cara Promosi yang Tidak Membosankan. Diakses pada 09 Januari 2026, dari <https://ideoworks.id/mengenal-brand-activation-agency-cara-promosi-yang-tidak-membosan/>

Kadam, P. (2025). Effectiveness of digital marketing strategies. *New Dimension In Commerce, Accountancy And Economics*, 131.

Marketing Business News (2025, 03 Januari), *What is an agency? Definition and examples*. Diakses pada 09 Januari 2026, dari <https://marketbusinessnews.com/financial-glossary/agency-definition/>

Nafsyah, A. S., Maulidyah, S. R., Nurlia, A. S., & Adhyanti, W. P. (2022). Analisis konten media sosial Instagram by. u sebagai media penyebaran informasi & komunikasi. *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 1.

Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., ... & Roslan, A. H. (2021). *Brand Marketing*. Penerbit Widina.

Spangenberg, K. (2021). *Brand archetypes*. University of Washington.

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), 18-18.

