

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, J. L., Safitri, D., & Anindhita, W. (2021). The Circular Model of Some in Instagram Management (Case Study: Forum Human Capital Indonesia). *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 10(2).
- Azhari, S., & Ardiansah, I. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Platform Pemasaran Digital Produk Olahan Buah Frutivez (@hellofrutivez). *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi*, 10(1).
- Chairanina, N. (2020). *Strategi Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram Kemendikbud dalam Meningkatkan Engagement* .
- Comer, D. E. (2018). *The Internet Book: Everything You Need to Know about Computer Networking and How the Internet Works* (5th Edition). Chapman and Hall?CRC.
- Dewi, Y. (2021). Creating Customer Engagement and Customer Value within 15 second: How Tiktok Works for Content Marketing. *AMAR (Andalas Management Review)*, 5(1).
- Dwi Riyanto, A. (2023, April 18). *Hootsuite (We are social): Indonesian Digital Report 2023*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Qiara Media.
- Hamid, J., & Mujahidin. (2021). Analisis Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran pada Beberapa Perusahaan di Kota Palopo. *Al-Kharaj Journal of Islamic Economic and Business*, 3(2).
- Iqbal, M. (2022, Juli 29). Konten Adalah: Pengertian Menurut Para Ahli, Jenis, dan Etika Membuat Konten (2022). <https://lindungihutan.com/blog/pengertian-konten-adalah/>.
- Lianjani, A. (2018). *Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Tangerang Selatan Dalam Mensosialisasikan Program Smart City*. UIN Syarif Hidayatullah.

- Mahmudah, S., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*.
- Mutia Annur, C. (2023). Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>.
- Nasrullah, R. (2015). Media Sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Simbiosis Rekatama*.
- Novita Angelina, S. (2020). Pembuatan Konten dan Editor untuk Instagram dan Youtube @banggasurabaya “Gerakan Mencuci Tangan” di Humas Pemerintahan Kota Surabaya. Universitas Dinamika.
- Pandrianto, N., & Sukendro, G. G. (2018). Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement. *Jurnal Komunikasi, 10(2)*.
- Putri Robiatul Adawiyah, D. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. <https://journal.trunojoyo.ac.id/komunikasi/article/view/7504/4964>, 14.
- Regina Luttrell. (2016). *Social Media: How To Engage, Share, and Connect* (2, illustrated ed.). Rowman & Littlefield.
- Salma, D. A., & Ulil Albab, C. (2023). Strategi Konten TikTok @jpradarsemarang dalam Meningkatkan Engagement. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema, 5(2)*.
- Sekar Puspitarini, D., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common, 3(1)*.
- Zaenal Mukarom. (2020). *Teori-Teori Komunikasi*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.