

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, R. K., & Rusmana, A. (2017). Komunikasi Digital Berbentuk Media Sosial Dalam Meningkatkan Kompetensi Bagi Kepala, Pustakawan, Dan Tenaga Pengelola Perpustakaan. *Dharmakarya*, 6, 204–208.
- Azzahra, E. A. (2023). *Perancangan Strategi Pemasaran Media Sosial Melalui Instagram Dalam Repositioning Brand Rumah Makan “Riung Panyaungan.”*
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140–157.
- Cnn Indonesia. (2023). *Company Profile*. Cnnindonesia.Com. <https://www.cnnindonesia.com/tentang-kami>
- Cnn Indonesia. (2024). *About Us*. Cnnindonesia.Com. <https://www.cnnindonesia.com/about-us>
- Errivianh, R., & Sulistyanyngtyas, I. D. (2014). Strategi Pesan Pt. Air Mancur Pada website Dalam Membangun Citra. *E-Journal Uajy*, 1–15.
- Fachruddin, A. (2017). *Dasar-Dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan, Investigasi, Dokumen, Dan Teknik Editing* (Jeffrey). Kencana Prenadamedia Group.
- Fadhillah, M. R., Mindara, P. G., & Novianti, F. (2017). Produksi Video Promosi Produk Mekari Dan Video After Movie Jurnal Partner Awards And Dinner Di Pt Mid Solusi Nusantara (The Production Of Mekari Product Promotion Video And After Movie Of Jurnal Partner Awards And Dinner At Pt Mid Solusi Nusantara). *Jurnal Sains Terapan Edisi*, 7(1), 70–84.
- Heryanto, G. G. (2020). *Realitas Komunikasi Politik Indonesia Kontemporer* (S. Rumaru, Ed.). Ircisod.
- Indra, D., & Wahid, U. (2021). Tinjauan Literatur: Digital Komunikasi Politik Anies Baswedan. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 228–239. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i2.6198>
- Laksana, N. Y., & Fadhillah, A. (2021). Computer-Mediated Communication And Interpersonal Communication In Social Media Twitter Among Adolescents. *Journal Of Social Studies (Jss)*, 17(1), 65–78. <https://doi.org/10.21831/jss.v17i1>

- Lestari, N. (2022). Etnografi Virtual Pada Akun @Jagobahasacom. *Etheses Iain Kediri*, 10–37.
- Luttrell, R. (2022). *Social Media: How To Engage, Share And Connect: Vol. Fourth Edition* (N. Mandziuk, Ed.). Rowman & Littlefield Publishing Group.
- Muhazir, A. (2021). *Komunikasi Politik: Demokrasi, Media Massa Dan Pemilihan Umum Di Indonesia* (D. Iskanto, Ed.). Zahira Media Publisher.
<https://Openlibrary.Telkomuniversity.Ac.Id/>
- Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T., & Kleis Nielsen, R. (2023). *Reuters Institute Digital News Report 2023*. <https://doi.org/10.60625/Risj-P6es-Hb13>
- Nugroho, S. (2021). Teknik Kreatif Produksi Film (Publikasi Media Sosial). *Yayasan Prima Agus Teknik*, 6–205.
- Pratiwi, D. F. (2014). Computer Mediated Communication (Cmc) Dalam Perspektif Komunikasi Lintas Budaya (Tinjauan Pada Soompi Discussion Forum Empress Ki Tanyang Shipper). *Jurnal Komunikasi Profetik*, 7(1), 29–44. www.Ask.Com
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Sklar, B. (2020). *Digital Communications: Fundamentals And Applications* (Second Edition). Prentice Hall Ptr. www.Phptr.Com
- Susilowati. (2018). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @Bowo_Allpennliebe). *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176–185. <http://ejournal.Bsi.Ac.Id/Ejurnal/Index.Php/Jkom>
- Tiktok. (2023). *Using Tiktok: Creating Video*. [Support.Tiktok.Com/En/Using-Tiktok/Creating-Videos](https://support.tiktok.com/en/using-tiktok/creating-videos)
- We Are Social. (2023). *Overview Of Social Media Use*.
<https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023-2/>
- We Are Social Indonesia. (2023). *Time Spent Using Social Media Apps*.
<https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>

Zulfa, N. Q., Zabidi, H., & Ma'mun, M. Y. (2021). Konten Kreatif Youtube Sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam. *Musyarakah: Journal Of Sharia Economics*, 1(2), 110–120.