

## DAFTAR PUSTAKA

---

- Fitra Nabila, Nada; Winarti, Oktifani. (2023). Penerapan Digital Marketing dan Peran Content Creator Pada Media Sosial Guna Meningkatkan *Brand Awareness* PT. Otak Kanan Surabaya. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 136-146.
- Ricko, A. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image dan Customer Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Pada Era Digital. *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya*, 44(1), 1-15.
- Sugiono, S. (2020). Industri Konten Digital dalam Perspektif Society 5.0 Digital Content Industry in Society 5.0 Perspective. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi*, 22(2), 175–191. <http://dx.doi.org/10.33164/iptekom.22.2.2020.175-191>
- Taan, Hapsawati; Radji, Djoko Lesmana; Rasjid, Herlina; Indriyani. (2021). Sosial Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image. *Jurnal of Management dan Business*, 4(1), 315-330.
- Rimadias, Santi & Werdiningsih, Yunita & Baqi, Ahmad. (2022). SOCIAL MEDIA MARKETING ON INSTAGRAM: PERAN BEAUTY INFLUENCER DALAM PEMASARAN SCARLETT WHITENING DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Jurnal MEBIS (Manajemen dan Bisnis)*. 7. 88-100. 10.33005/mebis.v7i1.337.
- Utami, Nadhifa & Yuliati, Nova. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi. *Bandung Conference Series: Public Relations*. 2. 10.29313/bcspr.v2i2.3334.
- Gafar, Moehammad & Hapsari, Zita. (2021). MODEL PROSES PRODUKSI KONTEN MEDIA SOSIAL MNC.
- Fadillah, Farah & Putra, Raditya. (2023). Strategi Pengelolaan Konten Komunikasi Pemasaran Digital Berbasis Islam Melalui Media Sosial Instagram. *Bandung Conference Series: Communication Management*. 3. 669-673. 10.29313/bcscm.v3i2.7898.