

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, R. &. (2020). Modelling the Measurement of Engagement Index of the Regional Governments' Social Media in Indonesia. *Jurnal Online Informatika*, 27-34.
- Ardhya, R. P. (2024). Strategi Content Marketing Melalui Media Sosial Instagram @Voffice Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Journal Of Social Science Research*, 16814-16824.
- Bayu Pangestu Adjie, M. A. (2023). Strategi Content Marketing Dalam Meningkatkan Brand Engagement Pada Akun Instagram Geti. Incubator PT. Global Edukasi Talent Incubator. *Economics and Digital Business Review*, 221-229.
- dataIndonesia.id. (2023, February). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023*. Retrieved from DataIndonesia.id: <https://dataIndonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>
- Ernungtyas, N. F. (2023). The Information of Government's Social Media and Websites to Citizen Engagement in Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 14-26.
- Giantika, G. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran IndiHome Dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 DiIndonesia. *Jurnal Komunikasi*, 12. Retrieved from <https://doi.org/10.31294/jkom.v12i1.9642>
- Hendrik. (2021). *Memahami Pengertian Hingga Contoh Content Plan*. Retrieved from Gramedia: <https://www.gramedia.com/literasi/contoh-content-plan/>
- Hilmiyati, F. L. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Oleh Bukit Air Wedding Dalam Menarik Minat Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Marketing Unpam*, 51-62.
- Luttrell, R. (2018). *Social media: How to engage, share, and connect*. London SE11: The Rowman & Littlefield Publishing Group, Inc.
- Mukhtar Adinugroho, R. S. (2023). Pelatihan copywriting sebagai sarana komunikasi sebuah brand dan strategi meningkatkan penjualan di sosial media instagram. *Indonesia Berdaya*.

- Nugroho, T. S. (2023). Persepsi Fenomena Flexing Selebgram Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Proceeding Komunikasi*.
- Rahmadhany, A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Komunikasi Informasi Pemasaran Produk.
- Rahmadhany, R. (2019). Upaya Membangun Customer Engagement Melalui Media Sosial Instagram. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry*, 179-187.
- Rashina Zahra Fadilla, M. G. (2024). STRATEGI HUMAS KOTA BANDUNG DALAM MENYUSUN CONTENT PILLAR MEDIA SOSIAL. *Komunikasi dan Bahasa*.
- Rizky Kurnia Sandy, S. W. (2022). Analisis Konten Marketing Media Sosial Instagram Dalam Upaya Meningkatkan Efektivitas Pemasaran (Studi Kasus Pada Akun @Indihomesragen PT Telkom Indonesia Datel Sragen Tahun 2022). *e-Proceeding of Applied Science*, 422.
- Rohadian, S. &. (2019). Upaya Membangun Customer Engagement. Melalui Media Sosial Instagram. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry*, 179-187.
- S. Rohadian, M. A. (2019). Upaya Membangun Customer Engagement Melalui Media Sosial Instagram. *Journal of Entrepreneurship and Management*, 179-187.
- Saraswati, D. A. (2020). Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co dalam Mempertahankan Brand Engagement. *Biokultur*, 114-128. Retrieved from <https://e-journal.unair.ac.id/biokultur>
- Siregar, N. &. (2022). Teknik Komunikasi Persuasif Pengurus KABASA Dalam Mengajak Anak Jalanan Untuk Belajar. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*.
- Siregar, T. (2022). Analisis Strategi Pesan Persuasif dalam Iklan Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Visual*.
- Solo Technopark. (2024). solotechnopark.id/profil. Retrieved from solotechnopark.id: <https://solotechnopark.id>

- Tsany, L. . (2023). UPAYA PENINGKATAN ENGAGEMENT MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Jurnal Common*, 138-149.
- Wainira, M. A. (2021). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @kopipapaganteng). *Jurnal Komunikasi*, 140-150.
- We Are Social. (2024). *Digital 2024: 5 billion social media users*. Retrieved from wearesocial: <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>
- Yusta Ganur, P. A. (2024). Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pariwisata Di Pantai Pandawa Unggasan Bali. *Bali Journal of Hospitality, Tourism and Culture Research*.
- Zahra Nur Annisa, D. W. (2024). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI STAFFEE.CA BOUQUET SIDOARJO. *Neraca Manajemen, Ekonomi*.
- Zhofron Rizqi Nuur I'tishom, A. F. (2022). Manajemen Produksi Konten Tik Tok Wahyudi Afrino (@yudiafrn) untuk Belajar Videografi. *JURNAL CONTENT*, 29-42.