

DAFTAR PUSTAKA

- Ardita, A. tasya. (2023). *ANALISIS ISI PENGEMASAN PESAN ANTIKEKERASAN PADA PEREMPUAN DALAM KONTEN INFLUENCER DI INSTAGRAM*.
<https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6742/>
- Bening, B. & Kurniawati, L. (2019). *The Influence of Content Marketing toward the Customer Engagement of Tokopedia Users in Yogyakarta*.
<http://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/incotes/index>
- BİLGİN, Y. (2018). THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES ON BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE AND BRAND LOYALTY. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(1), 128–148.
<https://doi.org/10.15295/bmij.v6i1.229>
- Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.). PearsonUK.
- Dewing, M. (2012). *Social Media: An Introduction*.
- digitalamoeba.id*. (2023). <https://digitalamoeba.id/about>
- Faidlatul Habibah, A. & Irwansyah, I. (2021). Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 350–363. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.255>
- Firmansyah, A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran*. Qiara Media.
- Jensen, K. B. (2015). What's Social About Social Media? *Social Media and Society*, 1(1). <https://doi.org/10.1177/2056305115578874>
- Julius, N. (2024. September). *Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2024*. Upgraded.Id. <https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>
- Kennedy, E. J. & Soemanagara, R. D. (2006). *Marketing Communication : Taktik & Strategi* (1st ed.). Bhuana Ilmu Populer.
- Luttrell, R. (2016). *Social Media: How to Engage, Share, and Connect* (2nd ed.). Rowman & Littlefield.
- Luttrell, R. (2021). *SOCIAL MEDIA: How To Engage, Share, and Connect* (Fourth Edition). Rowman & Littlefield.
- Mahmudah, S. M. & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>

- Mubaroq, H. & Hidayati, Y. N. (2022). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Facebook Dalam Pembentukan Budaya Alone Together Pada Kalangan Remaja Di Desa Ambulu Kecamatan Sumberasih Kabupaten Probolinggo*.
- Pandrianto, N. & Genep Sukendro, G. (n.d.). *Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement*.
- S, A. & Rungta, S. (2016). Digital Marketing VS Internet Marketing: A Detailed Study. In *International Journal of Novel Research in Marketing Management and Economics* (Vol. 3). www.noveltyjournals.com
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*.
- Syahtiti, D., Amelia Yuniar, F. & Rizky Nurhaliza, P. (2024). *Sosial Media Engagement Dan Hubungannya Dengan Kinerja Customer Relationship Management (Social Media Engagement And Its Relationship With Customer Relationship Management Performance)*. 2(3), 371–378. <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v2i3.2182>
- Utari, M. (2017). PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN @princessyahrini TERHADAP GAYA HIDUP HEDONIS PARA FOLLOWERSNYA. In *JOM FISIP* (Vol. 4, Issue 2). www.beritateratas.com,
- Wahid, M. H., Dwijonagoro, K. R. T. H. A. P. & Wiratmoko, D. (2023). *PEMULIHAN KONDISI EKONOMI MASYARAKAT DUSUN GAYAM DESA SIDOMULYO KECAMATAN KEBONAGUNG KABUPATEN PACITAN PASCA PANDEMI COVID-19*. <http://repository.stkippacitan.ac.id/id/eprint/1490>