

## DAFTAR PUSTAKA

- Alimuddin, M., & Poddala, P. (2023). Prospek Digital Marketing Untuk Generasi Muda Dalam Berwirausaha. *Journal of Career Development*, 1(1).
- Alviano, M. F., Ma'arif, M. C., Athallah, N. R., & Amalia, D. (2024). Analisis Isi Konten Pada Akun Instagram @sehataqua Dalam Menjaga Citra Perusahaan Dan Menghadapi Kompetitor AMDK, 01(03). <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jirs.v1i3.556>
- Alwan, F., & Kusumandyoko, T. C. (2023). Perancangan Visual Storytelling Media Sosial Sebagai Upaya Peningkatan Brand Awareness Di Mojadiapp. *BARIK-Jurnal SI Desain Komunikasi Visual*, 5(1), 168-182.
- Anjani, Y., Wicaksana, M., & Kuswanti, A. (2023). Penggunaan aplikasi streaming netflix Pada Generasi Z. *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 29(1), 88-96. <https://doi.org/10.37817/ikon.v29i1.3474>
- Asmi, Y. (2022). PENGGUNAAN ANALISIS KONTEN DAN ANALISIS TEMATIK, 19(01). <https://ejournal.esaunggul.ac.id/index.php/Formil/article/view/5070>
- Asshidqi, A. A., & Yuliana, N. (2023). Pengaruh Tiktok Shop Terhadap UMKM Lokal. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(5).
- Bambang Supriadi, S. E., Puspaningtyas, M. D. M., SE, M., Damayanti, L., MM, S., Fahmi, S., ... & Suryono, M. I. *Digital Marketing for Dummies*.
- Charviandi, A., Noviany, H., Suhartini, Y., Wijaya, A., & Abdullah, M. A. F. (2023). *Manajemen Pemasaran: Perspektif Digital Marketing*.
- Erfiana, W., & Purnamasari, D. (2023). Strategi Content Marketing Influencer Melalui Shopee Affiliate Program Pada Instagram. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 11(2), 134-151.
- Fathoni, A. R., Apyanda, N., & Amalia, D. (2023). ANALISIS ISI INFORMASI PENANGANAN ISU KEBAKARAN HUTAN GUNUNG BROMO MELALUI MEDIA INSTAGRAM @BBTNBROMOTENGGERSEMERU, 10(10), 4870-4878. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/article/view/13892>
- Husna, NK, & Mala, IK (2024). Strategi pemasaran konten dalam meningkatkan interaksi konsumen di media sosial. *Ekonomi*, 12 (2), 21-31.
- Jatikusumo, A. B., & Hanifa, F. H. (2023). Analisis Konten Pemasaran Pada Media Sosial Instagram @pakalolobootsoffical Tahun 2023. <https://openlibrary.telkomuniversitas.ac.id/home/catalog/id/199916/slug/analisis-konten-pemasaran-pada-media-sosial-instagram-pakalolobootsoffical-tahun-2023.html>
- Margana, I. (2024). *Strategi kreatif content creator dalam dakwah di media sosial: Studi Etnografi Virtual akun Instagram@ alfatahar\_* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Mubarak, A. F., Rozi, F., & Husin, M. (2022). Penggunaan Metode Storytelling dalam Pembelajaran sebagai Upaya Meningkatkan Keterampilan Berbicara Siswa. *AR-RIAYAH: Jurnal Pendidikan Dasar*, 6(2), 183-200.
- N, E. A. P., Ajeng, K., Yustiono, D. A., & Amalia, D. (2024). ANALISIS KONTEN INSTAGRAM @WIRAWIRISUROBOYO SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DAN INFORMASI. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/article/view/14593>
- Nurilita, N. R. (2024). Pengaruh Konten Akun Tiktok@ ndshvv Terhadap Brand Image Camille Beauty Pada Beauty Enthusiast Mahasiswa Komunikasi UII Yogyakarta Angkatan 2020 (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Nisa, I. R., & Subhan, R. (2024). Wirausaha Sukses Melalui Strategi Komunikasi Yang Efektif Dalam Bisnis. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 7(1), 70-80.

- Pasaribu, M. S., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2024). Strategi Konten Marketing pada Media Sosial Instagram sebagai Strategi Pemasaran Digital Sate Taichan Senayan. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(1), 327-336.
- Rahmadani, N. P., Supiarza, H., & Nafsika, S. S. (2023). Analisis Dampak Iklan netflix TERHADAP Ketertarikan Pengguna Instagram. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4(2), 439–448. <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i2.224>
- Riofita, H., Rifky, M. G., Salamah, L. R., Asrita, R., & Nurzanah, S. (2024). Perubahan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Tantangan Pasar Konsumen Di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, 1(3), 21-26.
- Salma, D. A., & Albab, C. U. (2023). Strategi Konten TikTok@ jpradarsemarang dalam Meningkatkan Engagement. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 5(2), 163-166.
- Safitri, A. A. (2021). Pengaruh Karakteristik pesan pada media Sosial Dalam membentuk user engagement. *JURNAL LENSA MUTIARA KOMUNIKASI*, 5(2), 128–144. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i2.2434>
- Saputri, P. S., & Hanifa, F. H. (2021). Analisis dan pengembangan konten sosial media marketing pada Instagram TELKOM STO Dago tahun 2021. *eProceedings of Applied Science*, 7(4).
- Saraswati, D. A., & Hastasari, C. (2020). Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok. co dalam Mempertahankan Brand Engagement. *Jurnal Biokultur*, 9(2), 152-171.
- Sari, O. H., Rukmana, A. Y., Munizu, M., Novel, N. J. A., Salam, M. F., Hakim, R. M. A., ... & Purbasari, R. (2023). *DIGITAL MARKETING: Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Simangunsong, A. P., & Hanifa, F. H. (2022). Analisis Content Social Media Marketing Pada Instagram@ Estafet\_Ilmu Tahun 2022. *eProceedings of Applied Science*, 8(5).
- Siporay, F. R. F. S., Regina Felin, & Damastuti, R. (2022). ANALISIS ISI KONTEN POST AKUN INSTAGRAM @MENANTEA.TOKO DALAM MEMBANGUN ENGAGEMENT FOLLOWERS, 05(01).
- Sitasari, N. W. (2022). MENGENAL ANALISA KONTEN DAN ANALISA TEMATIK DALAM PENELITIAN KUALITATIF. <https://ejournal.esaunggul.ac.id/>, 19(01). <https://ejournal.esaunggul.ac.id/index.php/Formil/article/view/508>
- Usadi, M. P. P., Prayoga, I. M. S., & JS, I. P. W. D. (2024). PENGARUH KONTEN PEMASARAN VIDEO PENDEK TERHADAP PERSEPSI NILAI DAN PARTISIPASI PENGGUNA (Studi Pada Pengguna Media Sosial). *EMAS*, 5(6), 110-119.