

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, B., & Hasyim, A. (2024). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI SUMBER INFORMASI BAGI GEN Z DI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI*. 2(2), 132–139.
- Alviera, E., & Aulia, S. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Media Sosial @Lasolange_ di Instagram. *Jurnal Publish (Basic and Applied Research Publication on Communications)*, 2(1), 62–79. <https://doi.org/10.35814/publish.v2i1.4796>
- Bahri, S., Harahap, R. R., Rahmah, H., Maulana, S., & ... (2023). Analisis Strategi Komunikasi Bisnis Efektif di Era Digital: Studi Kasus dari Berbagai Industri. *Jurnal Pendidikan ...*, 7, 14374–14379. <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/8675%0Ahttps://www.jptam.org/index.php/jptam/article/download/8675/7080>
- Dally, A., Dan Aswin, I., & Hadisumarto, D. (2020). Pengaruh Aktivitas Social Media Marketing Terhadap Brand Trust, Brand Equity, dan Brand Loyalty Pada Platform Social Media Instagram. *Jurnal Manajemen Dan Usahawan Indonesia* •, 43(1), 44–58.
- Damayanti, S., Chan, A., & Barkah, C. S. (2021). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Image My Pangandaran Tour and Travel. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 852–862. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p852-862>
- Fauziah, A., Anggraini, A., & Elitia Hasibuan, E. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Online Dalam Era Digital. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(10), 213–218. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10084305>
- Kristiawan, T. A., & Keni, K. (2020). Pengaruh Packaging, Social Media Marketing, dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Busana Brand Lokal. *Development of Research Management: Jurnal Manajemen*, 15(2), 244–256.
- Lasono, I. N., & Novita, A. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran di

- Platform TikTok: Kajian Konten pada Akun @optikalunett_official. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(1), 149–158. <https://doi.org/10.54082/jupin.274>
- 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>
- Muliawan, R., Roosita Cindrakasih, R., & Fitri, S. (2024). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @KABAYANGARAGE. 71–80. <https://www.instagram.com/kabayangarage/>
- Ningrum, Z. P., & Usmany, V. C. (2025). *Pengaruh Sosial Media Marketing terhadap Minat Beli Mahasiswa pada Brand Berrybenka*.
- Nurdin, S., Restiani Widjaja, Y., & Putri, N. E. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, dan word of mouth terhadap minat beli konsumen pada UMKM keripik enye di Kecamatan cicontayan. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(2), 2685–6972. <https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- Reza, F., & Zuhri, S. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PESAMARAN EJJ COFFEE CORNER CABANG PURIMAS SURABAYA DALAM MENINGKATKAN KONSUMEN DI MASA PANDEMI COVID-19. *JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 5.
- Rizky, N., & Dewi Setiawati, S. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Haloa Cafe sebagai Komunikasi Pemasaran Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 177–190. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.2.177-190>
- Rizky Yusrahmdani, Z., Rusdianto Berto, A., Murwani, E., & Komunikasi, M. I. (2024). Strategi Komunikasi Bisnis Melalui Media Sosial Di Era Digital Sekolah Musik Yms Antapani. *Jurnal Common* |, 8.
- Saliin, E. (2023). Social Media Marketing. In *Social Media Analyticsin Predicting Consumer Behavior* (Issue June). <https://doi.org/10.1201/9781003200154-2>

- Saputra, R., Adiprasetya, F., & Pulungan, P. (2024). *Proyek Pemasaran Digital di Sosial Media dan E- Commerce Melalui Pembuatan Content Marketing dan Advertising Campaign Untuk Meningkatkan Brand Awareness Racabel*. 2(5).
- Saraswati, D. A., & Hastasari, C. (2020). Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co Dalam Mempertahankan Brand Engagement. *Biokultur*, 9(2), 152. <https://doi.org/10.20473/bk.v9i2.22980>