

DAFTAR PUSTAKA

- Anindita, D. (2024). Tren Platform Media Sosial *Emerging* di Indonesia: Implikasi untuk *Brand Telekomunikasi*. *Digital Creative Indonesia Report*, 8(2), 45-57.
- Arora, A., & Sharma, R. (2022). *Social Media Analytics for Brand Performance Measurement*. *Journal of Digital Marketing*, 15(3), 211-230.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (8th ed.). Pearson Education.
- Hanjaya, B. S., Budihardjo, B. S., & Hellyani, C. A. (2023). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UMKM. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, 1(3), 92-101.
- Hasibuan, M. R. (2024). *Omnichannel Strategy in Telecommunications: Case Studies from Indonesian Regional Markets*. *Asian Journal of Business and Marketing*, 12(2), 132-147.
- Husna, F., & Adhani, A. (2024). Strategi *Marketing Communication* Dalam Memasarkan Produk Telkomsel Melalui Akun Instagram@telkomselsumatera. *KESKAP: Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi dan Administrasi Publik*, 3(3), 210-219.

- Indriyati, N. (2023). Peran Media Sosial dalam Pembelajaran IPS Era Society 5.0 di MI Darwata Karangasem Kecamatan Sampang Kabupaten Cilacap. *Jurnal Kependidikan*, 11(2), 240-253.
- Lubis, M. I., & Syarvina, W. (2022). Pemanfaatan *Digital Marketing Channel* dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan dan Citra PT. Telkom Indonesia (PERSERO) TBK Kandatel Padang Sidempuan. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 3195-3209.
- Maisyarah, A. L., & Wulandari, A. (2022). Analisis Pengembangan Konten Social Media Marketing Pada Facebook Plasa Telkom Solok Tahun 2022. *eProceedings of Applied Science*, 8(5).
- Permana, E., Stalastiana, D., Khalisoh, R., & Syamsurizal, S. (2024). Strategi Meningkatkan *Brand Awareness* Melalui Konten Kreatif Dalam Pemasaran Media Sosial Tiktok *Brand Tenue De Attire*. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(3), 169-180.
- Raharjo, V. S., Sukoco, I., Barkah, C. S. A., & Novel, N. J. A. (2023). Penerapan Strategi Influencer Marketing melalui Media Sosial. *Jkbn (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 10(1), 86-99.
- Saputra, W., & Islam, F. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 4(1).
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2020). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications* (10th ed.). Cengage Learning.

Susanto, H., & Ramadhan, F. (2023). *Data-Driven Marketing* dalam Industri Telekomunikasi Indonesia: Studi Kasus Telkomsel Regional. *Jurnal Riset Pemasaran Digital*, 5(2), 112-127.

Wahyuningtyas, S. E. (2022). Personalisasi Konten Media Sosial dalam Industri Telekomunikasi Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis Digital*, 3(2), 78-93.

Wijaya, A. (2023). Dampak Perubahan Algoritma Media Sosial terhadap Strategi Digital Marketing Perusahaan Telekomunikasi. *Jurnal Media Komunikasi*, 5(1), 45-59.

