

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyani. (2022). Transformasi Pemasaran Digital dan Efisiensi Komunikasi Visual melalui Media Sosial. *Jurnal Komunikasi dan Media*.
- Elmertian, et al. (2024). Keterbatasan Keterlibatan Merek dan Konsumen di Era Komunikasi Digital. *Journal of Digital Marketing and Brand Management*.
- Haqqi. (2025). Fungsi Strategis dan Peran Media dalam Ekosistem Digital. Jakarta: Pustaka Digital.
- Hermila, A., dkk. (2023). Perilaku Tindakan Pengguna dan Dampak Psikologis Fitur Interaktif Media Sosial Smartphone pada Kalangan Muda. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*.
- Kotler, Philip. (2012). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management (15th Global Edition)*. Pearson Education.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Prawityasari, dkk. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Berbasis Internet dalam Menciptakan Citra Merek dan Meningkatkan Brand Awareness Perusahaan. *Jurnal Manajemen Pemasaran Digital*.
- Saputra, dkk. (2023). Peran Ganda Instagram sebagai Alat Promosi dan Platform Komunikasi Bisnis Interaktif. *Jurnal Strategi Komunikasi Pemasaran*.
- Saputra, dkk. (2025). Analisis Algoritma dan Aktivitas Engagement Audien di Platform Media Sosial. *Journal of Digital Engagement*.
- Sari, & Lani. (2022). Langkah-Langkah Strategis Perencanaan Komunikasi Pemasaran Digital. *Jurnal Media dan Komunikasi Korporat*.
- Sudirman. (2020). Implementasi Strategi Program Pemasaran Digital dan Pembentukan Ikatan Sosial Virtual. Makasar: Penulisan Ilmiah Pemasaran.
- Swastha, Basu & Irwan. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern dan Strategi Pertukaran Informasi Dua Arah*. Yogyakarta: Liberty.
- Utami, Nathasa Rahma & Umboro, Dimas. (2026). Media Sosial Marketing: Pemanfaatan Jejaring Sosial untuk Meningkatkan Visibilitas Bisnis. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Pemasaran Vokasi*.

Wicaksono. (2013). Efektivitas Penggunaan Platform Media Sosial dalam Menjangkau Konsumen Tanpa Batas Ruang dan Waktu. Jurnal Riset Pemasaran Online.

Widi, Shilvina. (2023). Analisis Data Pengguna Aktif dan Statistik Durasi Penggunaan Media Sosial di Indonesia. DataIndonesia.id (Diakses pada 2026).

