

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Aldredge, J. (2021). *Walter Murch and the Criteria for How to Edit a Film*. Premium Beat.
- Hanlon, A., & Tuten, T. L. (2022). *The SAGE Handbook of Social Media Marketing* (5th Edition). SAGE Publications.
- Galbraith, D., & Mondal, S. (2020). The Potential Power of Internships and The Impact on Career Preparation. *Academic and Business Research Institute, Volume 38*.
- Looy, A. Van. (2016). *Social Media Management Technologies and Strategies for Creating Business Value*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-21990-5>
- Morissan. (2015). *Periklanan: Komunikasi Pemasaan Terpadu* (4th ed.). Prenadamedia Group.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Rukajat, A. (2018). *Teknik evaluasi pembelajaran / Dr. Ajat Rukayat, M.Pd* (Cetakan Pertama). Penerbit Deepublish.
- Zimmerman, J., Sahlin, D., & Ng, D. (2021). *Social Media Marketing All-in-One For Dummies* (5th Edition). For Dummies. <https://doi.org/10.1002/9781118257661>

JURNAL

- Arifianti, A. (2019). Pendekatan Model Public Relation PR Smith's SOSTAC Untuk Menganalisis Sistem Perencanaan Digital Marketing PT Valbury Asia Futures. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 132–138. <https://doi.org/10.31294/jkom.v10i2.6020>
- Hassanudin. (2016). *Pengembangan Mobile Learning Berbasis Android Pada Pembelajaran Nahwu Sebagai Sumber Belajar Mandiri Di Madrasah Diniyah Smk Al Munawwir Krapyak Yogyakarta*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Mears, C. K. (2019). *INTERNSHIPS AND POST-GRADUATION EMPLOYMENT* [Murray State University]. <https://digitalcommons.murraystate.edu/etd>
- Nida, F. (2022). PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN COPYWRITING UNTUK PELAKU USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI BANYUMAS

DAN SEKITARNYA. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 3, 33–39. <https://doi.org/10.31949/jb.v3i1.1832>

Satria, H. W., & Agustine, D. K. (2018). TINJAUAN ALUR KERJA COPYWRITER DIVISI KONTEN SUITMEDIA DALAM INDUSTRI KREATIF PEMASARAN DIGITAL . *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, Volume 2, No. 1, 1–21.

Putri Juliana, N., & Arum Sary, K. (2022). STRATEGI PROMOSI PENJUALAN KAPAL WISATA PESUT ETAM SAMARINDA MELALUI MEDIA SOSIAL AKUN INSTAGRAM DAN FACEBOOK PADA MASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Sosial-Politika*, 3(2), 71–81. <https://doi.org/10.54144/jsp.v3i2.51>

SITUS WEB

Jatmika, A., & Widiarini, A. D. (2023). *Indonesia Butuh 9 Juta Talenta Digital pada 2030, Apa yang Perlu Dipersiapkan Pelaku Industri?* Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2023/06/09/150600726/indonesia-butuh-9-juta-talenta-digital-pada-2030-apa-yang-perlu-dipersiapkan>

Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Indonesia — Data Reportal*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>

Kelas.com (2018). *About us*. 28 September 2023. <https://kelas.com/about-us>