

DAFTAR PUSTAKA

- Budiman, A. (2021). Implementasi Magang dalam Pendidikan Teknik. *Jurnal Pendidikan Teknik*, 15(1), 1-10.
- Chandra, S., & Andrew, R. (2019). Peran Media Sosial dalam Strategi Komunikasi Pemasaran di Sebuah Perguruan Tinggi Swasta di Jakarta Barat. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 535-542.
- Edwards, C., Bendickson, J., Baker, B., & Solomon, S. (2020). Entrepreneurship within the history of marketing. *Journal of Business Research*, 108, 259-267.
- Effendy, O. U. (2016). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Johnston, J. (2013). *Media Relations Issues and Strategies*. Sydney: Allen & Unwin.
- Johnston, J. (2020). *Public Relations: Theory and Practice*. New York: Routledge.
- Kadir, A. (2023). Program Magang: Suatu Wujud Pelaksanaan Pendidikan Vokasi. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 3(1), 1-12.
- Kurniawanto, H., Rahmadi, Z. T., & Wahyudi, M. (2022). Effect Of Work Environment And Motivation On Employee Performance With Job Satisfaction As A Mediation. *International Journal of Social and Management Studies*, 3(3), 150-162.
- Nurudin. (2019). *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*, 5(10), 1-14.
- Santika, E. F. (2023, September 27). *Demografi Usia Pengguna TikTok Dunia (2022)*. Retrieved from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/27/kelompok-anak-muda-jadi-pengguna-terbesar-tiktok-usia-berapa-mereka>
- Setiawan, O. (2022). Peran Magang dalam Pengembangan Soft Skills Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Bisnis*, 16(1), 1-15.
- Tien, N. (2021). Development opportunities for digital marketing in post Covid-19 period in Vietnam. *International Journal of Multidisciplinary Research and Growth Evaluation*, 1(5), 95-100.