

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Hanlon, A., & Tuten, T. L. (2022). *The SAGE Handbook of Social Media Marketing* (5th Edition). SAGE Publications
- Erwin. (2023). *Social Media Marketing Analytics & Mastering Digital Landscape* (pp. 87-88). Jakarta: PT. Sonpedia Publisng Indonesia.
- Fox, April. U. (2022). *Social Media Analytics Strategy: Using Data to Optimize Business Performance*. Springer: Las Vegas.
- Handoko, T. Hani. (2017). *Manajemen Edisi kedua*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Helianthusonfri, J. (2023). *Buat toko online dari nol sampai laris manis*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- McDonnell, L. (2022). *Social Media Content Planner: Consistently Better Content*. Orla Kelly Publishing: London.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi Budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

### JURNAL

- ANITA. (2021). IMPLEMENTASI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI STRATEGI BISNIS DI TENGAH PANDEMI VIRUS CORONA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM ( Studi Kasus Pada Mafaza Fashion, Bandar Lampung ). *UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN*, 34-36.
- Budiman1, O. X. (2020). PENGEMASAN INFORMASI PADA KONTEN INSTAGRAM @LSPRJAKARTA DALAM MENGOMUNIKASIKAN PESAN. *KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS*, 68-70.
- Cahyono, A. S. (2018). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA. Publiciana. *Jurnal Publiciana*, 140-157.
- Dandi Putra Nugraha, Y. (2023). Pengemasan Informasi pada Konten Instagram dalam Mengkomunikasikan Pesan Kebencanaan. *Bandung Conference Series : Communication Management*, 55.
- Diah Eka Septyami, S. Z. (2022). Pengelolaan Konten Media Sosial Intagram @info\_tuban dalam Peningkatan Pengikut. *PEURAWI*, 60-63.
- FERISMANTO, S. A. (2022). PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA. *SA FERISMANTO*, 36.

Ivan, M. M. (2022, Maret 8). *Jumlah Mahasiswa Indonesia Mencapai 8,96 Juta pada 2021*. Retrieved from dataindonesia.id: <https://dataindonesia.id/ragam/detail/jumlah-mahasiswa-indonesia-mencapai-896-juta-pada-2021>

Pasai, A. A., & Nugraha, S.Sn., M.S, N. D. (2018). PERANCANGAN MEDIA INFORMASI MENGENAI SEJARAH DAN PERKEMBANGAN DESAIN GRAFIS DI KOTA BANDUNG. *telkomuniversity.ac.id*, 251-259.

Prastiwi, D. R. (2016). STRATEGI CONTENT DIVISION DALAM PENGEMASAN KONTEN MEDIA SOSIAL PADA AKUN. *Fakultas Ilmu Komunikasi-Universitas Budi Luhur*, 45-47.

Silvia, M. E. (2019). STRATEGI CONTENT CREATOR PADA DAKWAH DI MEDIA SOSIAL (Studi Kasus pada akun Instagram @pejuang.mahar . *Universitas Pendidikan Indonesia*, 56.

