

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, M., & Marianti, L. (2023). *Analisis Tayangan Sinetron Ikatan Cinta Terhadap Perilaku Sosial Masyarakat Palembang*. 38–46.
- Annur, C. M. (2023a). *10 Negara dengan Jumlah Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-tiktok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as>
- Annur, C. M. (2023b). *Media sosial sumber informasi utama masyarakat Indonesia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/30/media-sosial-sumber-informasi-utama-masyarakat-indonesia>
- Dihni, V. A. (2022). *10 Stasiun Televisi Indonesia dengan Pangsa Penonton Terbesar*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/06/stasiun-tv-indonesia-dengan-penonton-terbanyak-siapa-juaranya#:~:text=Capaian RCTI hanya berbeda tipis dari Indosiar yang,Trans TV memperoleh pangsa pemirsa 7%2C7%25 dan 6%2C4%25>
- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi Pemasaran. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August).
- Frans, Y. A., & Malle, N. M. (2015). Pemanfaatan Social Media Engagement Dalam Meningkatkan E-Service Quality. *Prosiding Seminar Nasional UTCC*, 461–479.
- Hasan, K., Utami, A., Izzah, N., & ... (2023). Komunikasi Di Era Digital: Analisis Media Konvensional Vs New Media Pada Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas *Jurnal Komunikasi ...*, 2(1), 56–63. <https://jurnal.apmd.ac.id/index.php/JKP/article/view/302%0Ahttps://jurnal.apmd.ac.id/index.php/JKP/article/download/302/202>
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2019). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18. <https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>
- Leonardo, O. P., Solemnis, A., & Yanggah, M. E. (2018). Analisa Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Budaya dan Sejarah Tiongkok Studi Kasus pada Akun @Chinese_server. *Jurnal Diskursus Islam*, 6(1), 19–35.

- Luttrell, R. (2019). *Social media : how to engage, share, and connect*. Lanham : Rowman & Littlefield.
<https://archive.org/details/socialmediahowto0000lutt/page/n7/mode/2up>
- Luttrell, R. (2021). *Social Media: How to Engage, Share, and Connect*.
- Media, S. C. (2016a). *Profil Perusahaan*. <https://www.scm.co.id/company-overview>
- Media, S. C. (2016b). *Surya Citra Media*. <https://www.scm.co.id/company-overview>
- Merdeka, K. (2022). *Magang MSIB*.
<https://kampusmerdeka.kemdikbud.go.id/program/magang/detail>
- Muliyati. (2023). *Komunikasi Pemasaran*.
https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=-ammEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP3&dq=komunikasi+pemasaran&ots=pGctE0J3MU&sig=o3BtXQxan34INsDdpcKyPFXDaSM&redir_esc=y#v=onepage&q=komunikasi+pemasaran&f=false
- Noventia, G. M., Darmastuti, R., & Kristiyani, D. N. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TWITTER DAN INSTAGRAM DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL (STUDI ANALISIS ISI @787Daily). *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.35842/massive.v3i1.87>
- Nurjanah, Ayu Putri., Anggraini, G. (2020). Metode Bercerita Untuk Meningkatkan Kemampuan Berbicara Pada Anak Usia 5-6 Tahun. *J. Leukoc. Biol*, 96(1), 365–375. www.jleukbio.org
- Pakpahan, A. V. B., & Dra, A. D. (2019). PENGGUNAAN CIRCULAR MODEL OF SoMe MELALUI INSTAGRAM @TRADEMARK_BDG (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Media Sosial Instagram @trademark_bdg) THE USE CIRCULAR MODEL OF SoMe by INSTAGRAM @TRADEMARK_BDG (Qualitative Description Study Usage Of Social Med. *E-Proceeding of Management*, 6(2), 5197–5205. <http://jabar.tribunnews.com/2018/08/21/>
- Pujiono, A. (2021). Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z. *Didache: Journal of Christian Education*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.46445/djce.v2i1.396>

- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Putri, A. A. (2022). *PRODUKSI KONTEN MEDIA SOSIAL PT ASELI DAGADU DJOKDJA (KONTEN REELS PADA INSTAGRAM DAN VIDEO TIKTOK)*. 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Ricko, R., & Junaidi, A. (2019). Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion). *Prologia*, 3(1), 231. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6245>
- Rohadian, S., & Amir, M. T. (2019). Upaya Membangun Customer Engagement Melalui Media Sosial Instagram. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 2(4). <https://doi.org/10.36782/jemi.v2i4.1925>
- Safitri, & Dea, A. (2014). TAHAPAN PRA-PRODUKSI, PRODUKSI, DAN PASCA PRODUKSI. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 29–41.
- Saptya Mohamad Permana, R., & Jimi Narotama Mahameruaji. (2018). Strategi Pemanfaatan Media Baru Net. Tv Utilization of New Media Strategy of Net.Tv. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 23(1), 21–36.
- Saputri, P. S., & Hanifa, F. H. (2021). ANALISIS DAN PENGEMBANGAN KONTEN SOSIAL MEDIA MARKETING PADA INSTAGRAM TELKOM STO DAGO TAHUN 2021. *Analisis Dan Pengembangan Konten Sosial Media Marketing Pada Instagram Telkom Sto Dago Tahun 2021*, 7(4), 363–369. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital->
- Shadani, S. B. (2023). STRATEGI MEDIA TELEVISI DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI ERA DISRUPSI DIGITAL (STUDI KASUS SURYA CITRA TELEVISI). *Komunikasi*. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Sudarsono, B. (2017). Memahami Dokumentasi. *Acarya Pustaka*, 3(1), 47. <https://doi.org/10.23887/ap.v3i1.12735>
- Wardani, D. T. R. I. (2020). *Strategi Segmentasi , Targeting , Dan Positioning (Stp) Pada Program Acara Di Radio Dian Swara Purwokerto Skirpsi Diajukan*

Kepada Fakultas Dakwah Iain Purwokerto.

- Wijaya, H., & Sirine, H. (2016). Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok Di Cilacap. *Ajie*, 1(3), 175–190. <https://doi.org/10.20885/ajie.vol1.iss3.art2>
- Yoedtadi, M. G. (2019). Tv Sosial: Televisi dan Media Sosial. *Konferensi Nasional Komunikasi Humanis*, November 2019, 2.
- Yoedtadi, M. G., & Hapsari, Z. R. (2020). Pemanfaatan Media Sosial di Televisi Grup MNC. *Jurnal Lontar*, 8(1), 1–8. <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/LONTAR/article/view/1540>