

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Manullang, “Efektivitas Penggunaan Sosial Media Instagram Dalam Branding Brand Baru Di Malam Minggu Group,” *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial*, vol. 1, no. 3, pp. 56–68, 2023.
- [2] R. R. Armayani, L. C. Tambunan, R. M. Siregar, N. R. Lubis, and A. Azahra, “Analisis peran media sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan online,” *Jurnal Pendidikan Tambusai*, vol. 5, no. 3, pp. 8920–8928, 2021.
- [3] S. D. Fatimah, C. Hasanudin, and A. K. Amin, “Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Mendemonstrasikan Teks Drama,” *Indonesian Journal Of Education And Humanity*, vol. 1, 2021.
- [4] M. Azzahrani, “Strategi Komunikasi Pemasaran Kementerian Pariwisata Indonesia dalam Pesona Indonesia melalui Youtube,” vol. 2, no. 2, pp. 144–161, 2018.
- [5] “Firli.id,” -. Accessed: Jul. 22, 2024. [Online]. Available: <http://firli.id>
- [6] “Linkedin Firli Group.” Accessed: Jul. 22, 2024. [Online]. Available: <https://www.linkedin.com/company/firli-group>
- [7] M. R. Fahdia, I. Kurniawati, F. Amsury, Heriyanto, and I. Saputra, “Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi UMKM Tajur Halang Makmur,” *Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, vol. 2, no. 1, pp. 34–39, May 2022, doi: 10.25008/abdiformatika.v2i1.147.
- [8] “605-Article Text-3710-1-10-20230124”.
- [9] D. J. Febiansah, S. Syueb, S. A. Sufa, and E. Ratnasari, “STUDI KASUS PERSONAL BRANDING KONTEN KREATOR PADA AKUN TWITTER @BROJABROOO.” [Online]. Available: <http://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana>
- [10] I. K. Neissya, A. Mitrasary, C. Frisca, and D. Arla, “Analisis Pengaruh Branding Terhadap Keputusan Pembelian Suatu Produk.” [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/366352946>
- [11] D. Sari Endah Nursyamsi, N. Siregar, and N. Nurahlina, “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TOSKA FASHION DALAM MENINGKATKAN CUSTOMER ENGAGEMENT MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM,” *Universitas Persada Indonesia Y.A.I*, vol. 2022, no. 2, p. 140, 2022.
- [12] V. R. Lailia, “Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Arunazma,” *Journal of Management and Social Sciences (JMISC)*, vol. 1, no. 2, pp. 1–10, 2023, doi: 10.59031/jmsc.v1i2.161.

- [13] R. R. Armayani, L. Chintiya Tambunan, R. M. Siregar, N. R. Lubis, and A. Azahra, "Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online".
- [14] "PERANAN NEW MEDIA DALAM TRANSFORMASI FUNGSI KOMUNIKATOR DAN FUNGSI KONSTRUKSI (DRAMATURGY AKUN INSTAGRAM WALIKOTA DENPASAR RAI MANTRA TAHUN 2019) I Gede Titah Pratyaksa & Niluh Wiwik Eka Putri STAHN Mpu Kuturan Singaraja."
- [15] W. Tabelessy, "Pengaruh Desain Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Rumahan Buket Bunga Victoria di Kota Ambon," 2021.
- [16] A. Rahman Isnain, H. Sulistiani, D. Darwis, and I. Yasin, "Pelatihan Desain Konten Media Sosial menggunakan Canva," *JEIT-CS*, vol. 1, no. 4, pp. 206–210, 2023, doi: 10.33365/jeit-cs.v1i4.239.
- [17] J. Tugas Akhir, "LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR."
- [18] W. Warkim, M. H. Muslim, F. Harvianto, and S. Utama, "Penerapan Metode SCRUM dalam Pengembangan Sistem Informasi Layanan Kawasan," *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, vol. 6, no. 2, Aug. 2020, doi: 10.28932/jutisi.v6i2.2711.
- [19] G. Permata Puspita Hapsari and Zulherman, "Analisis Kebutuhan Pengembangan Media Video Animasi Berbasis Aplikasi Canva pada Pembelajaran IPA," *PSEJ (Pancasakti Science Education Journal)*, vol. 6, no. 1, pp. 22–29, Apr. 2021, doi: 10.24905/psej.v6i1.43.
- [20] Trivol Yasman and Dwi Mutia Sari, "Penggunaan Aplikasi Capcut Bagi Kalangan Anggota Aktif UKKPK Universitas Negeri Padang," *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media*, vol. 3, no. 1, pp. 248–260, Feb. 2024, doi: 10.55606/jurrsendem.v3i1.2668.