

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2022, September 7). *Mayoritas warga RI cari informasi di media sosial*. INFOGRAFIK. Katadata.
<https://databoks.katadata.co.id/infografik/2022/09/07/mayoritas-warga-ri-cari-informasi-di-media-sosial>
- Ammariah, H. (2022, August 3). *Mempelajari Alur Praproduksi Produk Multimedia | SMK Kelas 12*. Ruangguru. <https://www.ruangguru.com/blog/alur-praproduksi-produk-multimedia>
- Andhita, P. R. (2021). *Komunikasi Visual*. Banyumas: Zahira Media Publisher.
[Komunikasi Visual - Pundra Rengga Andhita, S. Sos., M. I. Kom - Google Buku](#)
- Awaliyah, C., Dewi, D. A., & Furnamasari, Y. F. (2021). Media sosial mempengaruhi integrasi bangsa. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 7868-7874.
- Diskominfo Bandung. (2024, Juli 21). *Sejarah Museum Sri Baduga, Dahulu Kantor Administrasi Kota Bandung*. <https://jabarprov.go.id/berita/sejarah-museum-sri-baduga-dahulu-kantor-adminitrasi-kota-bandung-14532>
- Diskominfo Bandung. (2024, July 21). *Sejarah Museum Sri Baduga, Dahulu Kantor Administrasi Kota Bandung*. <https://jabarprov.go.id/berita/sejarah-museum-sri-baduga-dahulu-kantor-adminitrasi-kota-bandung-14532>
- Edib, L. (n.d.). *Menjadi kreator konten di era digital*. DIVA PRESS. ISBN 6232933079, 9786232933071. Retrieved January 12, 2025, from https://books.google.co.id/books/about/Menjadi_Kreator_Konten_Di_Era_Digital.html?id=El5zEAAAQBAJ&redir_esc=y
- Herdayani, S., Barkah, C. S., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Peranan media sosial dalam mengembangkan suatu bisnis: Literature review. *Jurnal Administrasi Bisnis [JAB]*, 18(2), 103-121. <https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5878.103-121>
- Maharani, D., Helmiah, F., & Rahmadani, N. (2021). Penyuluhan manfaat menggunakan internet dan website pada masa pandemi Covid-19. *ABDIFORMATIKA: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 1(1), 1-7. <https://doi.org/10.25008/abdiformatika.v1i1.130>

- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan konten media sosial korporat pada Instagram sebuah pusat perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1-9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Prasetyo, T., Sanusi, & Wafa, M. A. (2025). *Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai komunikasi pemasaran rias pengantin Salon Ayu Tanah Bumbu*.
- Purnamawati, N., & Eldarni, D. (2001). *Definisi media*. Dalam BAB II TINJAUAN PUSTAKA. Diakses dari https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/1430/4/BAB_II.pdf
- Rahmadhani, S. N., & Safitri, S. T. (2024). Analisis pengaruh konten media sosial influencer TikTok terhadap aktivitas kelompok konsumen laki-laki dan perempuan. *JURNAL TAWAK: H U N A T E C H*, 3(1), 1-13.
- Rainer, P. (2024, 1 Juli). *Inilah media sosial yang paling sering dipakai di Indonesia*. Goodstats. <https://goodstats.id/article/inilah-media-sosial-paling-sering-dipakai-di-indonesia-Pdyt0>
- Ramadhani, A. R., Fauzi, M. A., Abdullah, M. M., Maesaroh, S. S., & Herdiana, O. (2023). Pengaruh pemasaran media sosial terhadap keterlibatan pelanggan (survei pada pengguna Halodoc di Indonesia). *Jurnal Teknologi Terpadu*, 9(1), 65-69. <https://journal.nurulfikri.ac.id/index.php/jtt>
- Rizti, F. (2024, Mei 29). *185,3 juta pengguna internet tercatat di Indonesia pada 2024*. GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/1853-juta-pengguna-internet-tercatat-di-indonesia-pada-2024-JFNoa>