

DAFTAR PUSTAKA

- Agatha, C. (2020). *Proses Produksi Konten Pada Media Sosial Instagram Radio "hard Rock fm"*. Diakses dari <http://repository.uph.edu/7270/5/Chapter2.pdf>
- Brogan, C. (2010). *Social media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online* (1st ed.). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Budi. Rayudaswati. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Makassar: KRETAKUPA Print.
- Fachrudin. A. (2019). *Journalism Today*. Jakarta: Prenada Media Group (Kencana).
- Fathurroyyan. M. (2017). *Pengaruh Social Media Terhadap Peningkatan Brand Awareness Clover Clothing Melalui Instagram (Studi Pada Followers Instagram Clover Clothing)*. Diakses dari http://repository.upi.edu/31161/4/S_PEM_1303866_Chapter1.pdf
- Flew. Terry. (2014). *New Media* (4th ed.). Melbourne: Oxford University Press.
- Fuchs. C. (2017). *Social Media A Critical Introduction*. (2nd ed). London: SAGE.
- Juju, D. & dan Sulianta, F. (2010). *Kiat Sukses Menjadi IT Freelance*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management*. Harlow: Pearson Education.
- Lister, M., et al. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. (2nd ed). New York: Routledge.
- Miladi, H. (2019, Januari 05). Rahasia tentang “Content Writer” yang Tak Banyak Terungkap. Diakses dari <https://www.kompasiana.com/primata/5c302ee512ae947a5848a8e5/rahasia-tentang-content-writer-yang-tak-banyak-terungkap?page=all>
- Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nasrullah. R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Nielsen, R. W. (2009). *Writing Content*. Washinton D.C: R.W. Nielsen Company.

- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siositeknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Octavianti, M., Reza, M., Bajari, A., Rosyidi, M.I., Suryaningtyas, A. A., Suadnya, I. W., et al. (2019). *Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi Menghadapi Revolusi Industri 4.0*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta. Tersedia dari https://www.academia.edu/download/62710038/EBOOK_Pendidikan_Tinggi_Ilmu_Komunikasi_di_Era_Revolusi_Industri_4.020200401-94032-znpxx6.pdf#page=128
- Pertiwi, Wahyunanda Kusuma. (2019). *Sebanyak Inikah Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia? Diakses dari* <https://tekno.kompas.com/read/2019/12/23/14020057/sebanyak-inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: PT Elex. Komputindo.
- Putri. D. W. & Mormes. M. D. (2017). *Analisis Strategi Perencanaan Pesan Pada Akun Instagram E-Commerce @thekufed*. Diakses pada 03 November 2020 dari <http://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/view/429>
- Santoso. A. P. (2017). *Online Engagement: Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita*. Diakses dari <http://repository.its.ac.id/2450/7/2813100040-Undergraduate-Theses.pdf>
- Scissons, Michael, Jeremy Vo, dan Hooly Sim. *Instagram Marketing Strategy EBook*. Homepage on-line. Toronto: FlashStock Technology Inc. Tersedia dari <http://www.johnschnell.net/pdf/social/Instagram-Marketing.pdf>
- Setiadi, A. (2016). *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*. Diakses pada 03 November 2020 pada <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/download/1283/1055>
- Sinaga, Gabrielle Midian. (2020). *Aktivitas content creator dalam pembuatan konten di akun twitter dan facebook Radio Cosmopolitan FM*. Diakses dari <http://repository.uph.edu/7281/4.haslightboxThumbnailVersion/Chapter1.pdf>
- Sinaga, Gabrielle Midian. (2020). *Aktivitas Content Creator Dalam Pembuatan Konten di Akun Twitter dan Facebook Radio Cosmopolitan FM*. Diakses dari <http://repository.uph.edu/7281/5/Chapter2.pdf>
- Widyananda. R. F. (2020). *10 Macam Media Sosial yang Paling Sering Digunakan Oleh Orang Indonesia*. Diakses pada 08 Oktober 2020 pada

<https://www.merdeka.com/jatim/10-macam-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-oleh-orang-indonesia-klm.html?page=1>

