

DAFTAR PUSTAKA

- Mulyana, A., Briandana, R., & Rekarti, E. (2020). ICT and Social Media as a Marketing Communication Platform in Facilitating Social Engagement in the Digital Era. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. *www.ijicc.net*, 13(5), 2020. *www.ijicc.net*
- Sari, D. N., & Fasa, M. I. (2023). ANALISIS KONTEN INSTAGRAM SEBAGAI STRATEGI DIGITAL MARKETING BANK SYARIAH INDONESIA. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 2745–2892. *www.instagram.com/banksyariahindonesia*
- Silajadja, M., Magdalena, P., Nugrahanti, T. P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Pemanfaatan Media Sosial (Digital Marketing) untuk Pemasaran Produk UMKM Utilization of Social Media (Digital Marketing) for MSME Product Marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 2(2).
- Sinta Amanda, Y., & Kisworo, B. (2024). Strategi Digital Marketing pada Lembaga Kursus dan Pelatihan Vision College. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(5).
- Siregar, A. S. A. J., & Fikri, M. El. (2025). Optimalisasi Meta Business Suite Sebagai Media Branding Digital Untuk Membangun Brand Exposure dan Brand Awareness Melalui Penerapan Strategi Social Media Marketing Pada Usaha Mikro: Studi Kasus Toko Syakir Collection di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan*, 6(3), 17. <https://doi.org/10.53697/emak.v6i3.2707>
- Soedarsono, D. K., Mohamad, B., Adamu, A. A., & Pradita, K. A. (2020). Managing digital marketing communication of coffee shop using instagram. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 14(5), 108–118. <https://doi.org/10.3991/IJIM.V14I05.13351>

Watajdid, N. I., Lathifah, A., Andini, D. S., & Fitroh. (2021).
PERAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
PERKEMBANGAN DIGITAL MARKETING. *Jurnal Sains
Pemasaran Indonesia*, 2, 163–179.