

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Yusuf, H. Rahman, S. Rahmi, and A. Lismayani, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, dan Dokumentasi: Pendidikan Di Majelis Taklim Annursejahtera," *J. Hasil-Hasil Pengabdian dan Pemberdaya. Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 1–9, 2023, doi: 10.35580/jhp2m.v2i1.122.
- [2] Y. Krisdiyansah and A. R. Hakim, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi - Z," *Tanzhimuna*, vol. 2, no. 2, pp. 190–203, 2023, doi: 10.54213/tanzhimuna.v2i02.180.
- [3] A. Pertiwi Sutrisno and I. Dwi Mayangsari, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers," *J. Common*, vol. 5, no. X, pp. 119–120, 2021.
- [4] M. A. Bangun, M. F. A. Nasution, N. R. Sinaga, S. F. D. Sastra, and W. Khairani, "Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Perkembangan Bahasa Indonesia di Era Globalisasi," *J. Bhs. Drh. Indones.*, vol. 1, no. 3, p. 9, 2024, doi: 10.47134/jbdi.v1i3.2646.
- [5] A. Afif, F. yuni dharta, and F. mardiani lubis, "Aplikasi Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Wedding Photography 'Serenity Photoworks,'" *Ilm. Wahana Pendidik.*, vol. 10, no. 1, pp. 6–16, 2024.
- [6] T. N. Priantiwi and M. Abdurrahman, "Analisis Konten Pembelajaran

- Bahasa Arab Pada Media Tiktok,” *J. Ilm. Profesi Pendidik.*, vol. 8, no. 3, pp. 1365–1371, 2023, doi: 10.29303/jipp.v8i3.1502.
- [7] Ningrum, Lilian Mega Puri, and Eva Ratnasari, “Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022,” *J. Student Res.*, vol. 1, no. 1, pp. 394–403, 2023, doi: 10.55606/jsr.v1i1.1067.
- [8] D. S. Puspitarini and R. Nuraeni, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi,” *J. Common*, vol. 3, no. 1, pp. 71–80, 2019, doi: 10.34010/common.v3i1.1950.
- [9] S. Sugiono, “Industri Konten Digital dalam Perspektif Society 5.0,” *J. IPTEK-KOM (Jurnal Ilmu Pengetah. dan Teknol. Komunikasi)*, vol. 22, no. 2, pp. 175–191, 2020.
- [10] Nugroho Affifah Thallita and Azzahra Citra Farah, “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Social Commerce Usaha Bro.Do,” *J. Pustaka Komun.*, vol. 5, no. 1, pp. 136–149, 2022.
- [11] A. Diniati, M. A. S. Sutarjo, and I. Primasari, “Pelatihan Pengelolaan Konten Media Sosial Pada UMKM sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Di Era Digital,” *J. Altifani Penelit. dan Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 4, no. 1, pp. 36–43, 2024, doi: 10.59395/altifani.v4i1.516.
- [12] Nita Lestari, Miftah El Fikri, “Implementasi Strategi Digital Marketing Melalui Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness Umkm Cemilan Kanaya,” *Bisnis Digital., Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan*

- [13] Faidah Yusuf, Hardianto Rahman, Sitti Rahmi, Angri Lismayani, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, Dan Dokumentasi, *Pendidikan Di Majelis Taklim Annur Sejahtera.*, 2022
- [14] Febi Fatlika Nurussufiah , Ummul Karimah , Siti Khodijah , and Ulil Hidayah. “Penerapan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online Di Era Globalisasi , 2022