

DAFTAR PUSTAKA

- Annual Summary of ITDRI 2021*. (n.d.).
- Aurel millenia. (2022). *Strategi Pengelolaan Konten "F Beauty Standard" Dalam Membangun Electronic Word Of Mouth Pada Akun Instagram @madformakeup.co*. Telkom university.
- Ayu Farahma. (2019). *Analisis Pengelolaan Konten Digital Marketing Media Sosial Institut Francais Indonesia Bandung*. Telkom University.
- Bajari MSi, A. (2022). *Strategi Pesan dalam Perencanaan Komunikasi*.
- Campbell, R., Martin, C., & Fabos, B. (2016). *Media & Culture 2016 Update_ Mass Communication in a Digital Age (PDFDrive)*.
- Chresensia Inez Chrisanti. (2022). *ANALISIS STRATEGI PENGELOLAAN KONTEN (Studi Kasus Pada Konten Youtube "Ternyata Begini" dan "Coba Tebak" Cretivox)*. Telkom University.
- Fan Fei. (2020). WeChat Marketing Case Study: How to Use Social Media to Communicate with Virtual Audiences in China. *Digital Culture and Humanities 3*,
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Ginanjari jajang, Bambang Hermanto, & tetty herawati. (2022). Analisis Strategi Bisnis Build, Borrow, & Buy PT. Telkom Indonesia, Tbk. *Bisman*, 5(3).
- Herawati heny. (2019). STRATEGI KORPORASI DALAM MENGHADAPI PENGARUH PERUBAHAN PRILAKU KONSUMEN TERHADAP MINAT TARIK TUNAI DI ATM. *Jurnal Ilmiah Politeknik Piksi Input Serang*, 7(1).
- Ido, D., Hadi, P., Si, M., Wahjudianata, M., Sos, S., Med, M., Kom Inri, I., & Indrayani, S. I. P. (2021). *Komunikasi Massa*. www.google.com
- indonesiabaik.id. (2019). *Menuju Indonesia Digital Menuju*.
- Johnson, Gerry., Scholes, Kevan., & Whittington, R. (2008). *Exploring corporate strategy : text and cases*. FT Prentice Hall.
- Lorimer, R. (2002). Mass Communication: Some Redefinitional Notes. *Canadian Journal of Communication*, 27(1), 63–72. <https://doi.org/10.22230/cjc.2002v27n1a1272>
- Mendorong Transformasi Digital Berkelanjutan G20*. (2022, March 17). Kominfo.Go.Id.
- Ni'am, S., Wibawa, H., & Endah, S. (2013). Pengembangan Aplikasi E-learning management sysem (LMS) Pada Sekolah Menengah Pertama Islam Terpadu (SMP IT) Harapan Bunda Semarang. *Journal of Informatics and Technology*, 2(1).
- Priyatiningasih, K. (2022). *Faktor-Faktor Penentu Strategi Korporasi Dalam Perubahan Teknologi Dan Kemampuan Inovasi*. 20(1), 57–69.
- Ricko, J. ahmad. (2019). *Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion)*. 3, 231–237.
- Ridhowati. (2022). Strategi Korporasi Meningkatkan Jumlah Pelanggan Aplikasi Bimbingan Belajar Online di PT Qlever Labs Media Jakarta. *Sosio E-Kons*.

- Rulli Nasrullah. (2021). *Manajemen Komunikasi Digital*. Kencana.
- Sari, K., Fahtul Nur Fatimah, M., Melvia, V., Mustika Putri, A., Studi Akuntansi, P., Ekonomi dan Bisnis, F., & Muhammadiyah Riau, U. (n.d.). *Analisis Lingkungan Eksternal dalam Menghadapi Persaingan Bisnis pada PT. Telkom Indonesia Tbk*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (19th ed.).
- Suriati, dkk. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Akademia pustaka.
- Thejaswini, muhamed S. (2020). Intersections of Protest, Art and Networked Space: Analysis of the Artistic Protest Post Carnival. *Springer*, 83–83.
- Trimarsiah, Y., Arafat, M., AMIK AKMI Baturaja Jl Jend AYani No, D., & Tanjung Baru Baturaja Timur OKU Sumsel Sur-el, A. (2017). *Analisis dan Perancangan Website sebagai Sarana Informasi (Yunita Trimarsiah & Muhajir Arafat) Analisis Dan Perancangan Website Sebagai Sarana Informasi Pada Lembaga Bahasa Kewirausahaan Dan Komputer Akmi Baturaja*.
- Woo, J. R., Choi, J. Y., Shin, J., & Lee, J. (2014). The effect of new media on consumer media usage: An empirical study in South Korea. *Technological Forecasting and Social Change*, 89, 3–11. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2014.09.001>