

REFERENCES

- Adindo, AW. (2021). *Kewirausahaan dan Studi Kelayakan Bisnis untuk Memulai dan Mengelola Bisnis*. Retrieved from Google Books: https://books.google.co.id/books/about/Kewirausahaan_Dan_Studi_Kelayakan_Bisnis.html?id=UiwyEAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&gboemv=1&ovdme=1&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Agung, G. (2023). *Kitab Content Creator*. Elex Media Komputindo.
- Akbar, J. S. (2023). *Penerapan Media Pembelajaran Era Digital*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia
- Amriel, EEY., & Ariescy, RR. (2021). *Analisa Engagement Rate di Instagram: Fenomena Like dan Komentar*. Media Manajemen Jasa.
- Ardiansah, I., & Maharani, A. (2020). *Optimalisasi Instagram sebagai Media Marketing: Potret Penggunaan Instagram sebagai Media Pemasaran Online pada Industri UKM*. Bandung: CV Cendekia Press.
- Asriwati. (2021). *Strategi Komunikasi yang Efektif: Communication for Behavioral Impact (Combi) dalam Pengendalian Demam Berdarah Dengue*. Aceh: Syiah Kuala University Press.
- EXO Squad. (2018). *EXO for You*. Depok: Hikaru Publishing
- Fani, S., Wariyati., & Husein, R. (2021). *Multilingualism on the Internet in Jackson Wang Got7 Instagram Captions*. KNE Publishing.
- Fardiansyah, H., Hikmah, N., Abidin, N., et.al. (2022). *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi pada Industri UMKM*. Intelektual Manifes Media.
- Firdaus, AI., Salim, C., & Saputra, N. (2020). *Pengaruh digital engagement dan gamifikasi terhadap work engagement karyawan yang bekerja di Jakarta dan Tangerang (The effect of digital engagement and gamification on work engagement of employees who work in Jakarta and Tangerang)*. Universitas Bina Nusantara

- Groth, A., Schlögl, S., & Buchauer, R. (2018). *Influence of Social Media Engagement on Sustainable Mobility Behaviour in Alpine Regions*. Springer International Publishing.
- Indriati, L. (2016). *Pembentukan Brand Engagement Pada Pelanggan Telkomsel dan Indosat Melalui Media Sosial Facebook, Twitter dan Instagram*. Perpustakaan Universitas Airlangga.
- Kennedy, G. (2016). *Social Media: Master Social Media Marketing - Facebook, Twitter, Youtube and Instagram*. CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Lee, Z. (2018). *Unofficial Guide of EXO: Welcome to EXO Planet*. Yogyakarta: Huta Publisher
- Milyane, Tm., Umiyati, H., Putri, D., & et al. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Murthy, D. (2013). *Twitter: Digital Media and Society Series*. Polity Press.
- Porwanti, NM. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media sosial Instagram @Superskinme Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen*. Universitas Semarang.
- Prabawa, BAT. (2020). *Hubungan Strategi Komunikasi Penyuluh Pertanian dengan Perilaku Petani Jahe: Subak Sarwa Ada Desa Taro Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar*. Bali: Nilacakra
- Qodir. (2022). *Strategi Komunikasi Humas Uin Walisongo Semarang Melalui Media Sosial Instagram*. Uin Walisongo Semarang.
- Sari, RP. (2012). *Fandom dan Konsumsi Media: Studi Etnografi Kelompok Penggemar Super Junior, ELF Jogja*. Universitas Islam Indonesia.
- Seta, PM. (2014). *Strategi Komunikasi PT. Kaha Event Management Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan*. Uin Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Sitorus, OF., & Utami, N. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Retrieved from Repository Uhamka: http://repository.uhamka.ac.id/7923/1/BUKU%20AJAR_STRATEGI%20PROMOSI%20PEMASARAN.pdf

- Siyamto, Y., Saputro, AH., Fathoni, MI., et.al. (2023). *Manajemen Strategi Merek: Konsep, Proses, dan Ekuitas dalam Branding Global*. Batam: CV Rey Media Grafika.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tadarusman, Y. (2013). *Strategi Komunikasi PT. Republika Penerbit Dalam Mempromosikan Novel Islami*. Uin Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Tuhovsky, I. (2018). *21 Days of Effective Communication: Everyday Habits and Exercises to Improve Your Communication Skills and Social Intelligence*. Retrieved from Booksfree: <https://www.booksfree.org/wp-content/uploads/2022/04/21-days-of-effective-communication-by-Ian-Tuhovsky.pdf>
- Utami, LSS & Winduwati, S. (2020). *Fandom and Voluntary "ARMY": Case Study on BTS Fans in Indonesia*. Jakarta: Atlantis Press
- Wahyuti, T. (2023). *Produksi Konten Digital*. Depok: PT Rekacipra Proxy Media
- White, C. M. (2012). *Social Media, Crisis Communication and Emergency Management*. CRC Press.
- Zuwirna. (2020). *Dasar-Dasar Komunikasi*. Jakarta: Kencana.