

DAFTAR PUSTAKA

- Disway, I. H., Fitriani, C. D., Muthmainna, A. N., & Romadhan, M. I. (1945). Pemanfaatan Instagram Dalam Meningkatkan *Engagement Audience* Pada Konten. 222–227.
- Ferry Doringin, D. Y. J. N. P. M. M. (2015). *Audience Engagement Strategy* Sebagai Pendorong Perubahan Industri Media Cetak : Studi Pada Industri Media Cetak di Indonesia. 1–17.
- Jimmy, J., Informatika, J., & Muhammad, M. (2024). *Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Pembelajaran Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Teknologi*. 2(2), 12–19.
- Maulidia, A. F., Safa, K., Azzahra, A., & Khobiroh, F. (2025). *Strategi Komunikasi Digital SD Muhammadiyah 6 Surabaya dalam Meningkatkan Engagement Audiens melalui Platform Instagram*.
- Sedu, R., & Audiens, E. (2023). *Pengaruh Elemen Visual Pada Konten Instagram*. 4(3), 141–151.
- Supradaka. (2022). Pemanfaatan Canva Sebagai Media Perancangan Grafis Penulis. 6(74), 62–68.
- Wahjono, S. I. (2022). Struktur organisasi. April.