

## DAFTAR PUSTAKA

- Aliya, H. T. D., Putri, M. A., & Dalimunthe, M. A. (2024). Pengaruh Konten Nadia Omara terhadap Persepsi dan Minat Pengikut di *Platform Media*. *Al-DYAS Jurnal Inovasi dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1), 181.
- Asmarani, R. (2018). *Penerapan Metode Penerjemahan Komunikatif Dalam Sebuah Teks Deskripsi*. 379.
- Azizah, N. (2022). Strategi Manajemen Pemasaran. *Pusdansi.org*, 2(6), 1.
- Chamidah, S. N. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Canva Dan Padlet Untuk Meningkatkan Kemampuan Siswa Dalam Menulis Teks Caption. *Jurnal Dharma Pendidikan STKIP PGRI Nganjuk*, 17(1), 84–85.
- Citra, T. P. (2021). Problematika Penerjemahan Bahasa Arab ke Bahasa Indonesia menggunakan Google Translate. *Seminar Nasional Bahasa Arab*, 5, 561.
- Fadhallah. (2021). *Wawancara* (cetakan pertama). Jakarta Timur: UNJ Press.
- Fitriani, Y. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research (JISAMAR)*, 5(4).
- Galingging, Y., & Tambunsaribu, G. (2021). Penerjemahan Idiomatis peter newmark dan Mildred Larson. *DIALEKTIKA : Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Budaya*, 8(1), 59–61.
- Harahap, H. S., Dewi, N. K., & Ningrum, E. P. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial*, 3(2), 82.
- Hermawan, S., & Amirullah. (2021). *Metode Penelitian Bisnis, Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Malang: MNC Publishing.
- Layaliya, F. N., Haryadi, & Setyaningsih, N. H. (2021). Media Pembelajaran Bahasa Dan Sastra (Studi Pustaka). *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 6(2), 82.
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9.
- Nuraini, & Firmansyah, B. (2020). Implementasi Algoritma Knuth Morris Prath Untuk Kamus Terjemahan Digital Aceh-Bahasa Indonesia Berbasis Web. *JUNIF (Jurnal Nasional informatika)*, 1(1), 67.

- Prasetyo, D. (2021). Subyektifitas Dan Kehidupan Sosial Dalam Dunia Digital di China (Memahami Hubungan Antar Negara dan Masyarakat Pada Era Media Digital). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (JEMSI)*, 3(2).
- Pratiwi, V. A., & Kusuma, Y. B. (2024). Strategi Pengelolaan Event, Sponsorship Dan Patnership Serta Konten Media Sosial Pada PT. Telkomsel Surabaya. *Journal of Management and Social Sciences (JIMAS)*, 3(1), 122.
- Rahmah, Y. (2018). Metode dan Teknik Penerjemahan Karya Sastra. *Jurnal Kiryoku*, 2(3), 132.
- Rasta, J., Nasution, M. I. P., & Sundari, S. S. A. (2023). Dampak Korean Celebrity Endorsement Terhadap Penjualan Produk Di E-Commerce Indonesia. *Journal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 03(01), 8.
- Safinatunnajah, N. A. (2021). Akulturasi Budaya Tionghoa Pada Bangunan Fisik Masjid Babah Alun Tanjung Priok. (*Doctoral dissertation, Universitas Darma Persada*), 7.
- Sunarti, S., & Febrian, A. E. P. (2021). Bentuk Makian Bahasa Mandarin Di Media Sosial WeChat. *Seminar Nasional Pembelajaran Bahasa dan Sastra (SELASAR)*, 1.
- Supriyanto, S., & Ernawati. (2024). *Pemasaran Industri Jasa Kesehatan*. Yogyakarta: C.V ANDI.
- Yuniarto, H., & Dandan, W. (2020). *Strategi Peningkatan Daya Tarik Wisatawan Tiongkok Ke Indonesia Melalui Jurnalisme Perjalanan di Media WeChat*.
- Zuhri, A., Putra, H. R., Fazri, A., & Miftahurrohmah. (2022). Aplikasi Pesan Instan Accessible di Era Komunikasi Kontemporer Tahun 2022 Bagi Digital Natives Indonesia. *Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 14(02), 175–182.