

DAFTAR PUSTAKA

- Apriadi, T. (2013). *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: PT. Rajawali Pers.
- Ardianto, E. (2011). *Komunikasi 2.0 Teoritis dan Implikasi*. Yogyakarta: ASPIKOM Buku Litera dan Perhumas.
- Ayutiani, D. N., & Putri, B. P. S., (2018), *Penggunaan Akun Instagram sebagai Media Informasi Wisata Kuliner*, Profesi Humas, Volume 3, No. 1, 2018, h. 39-59. Bandung: Universitas Padjajaran.
- Cahyono, A. S. (2016). *Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. Publiciana, 9(1), 140-157. <https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>.
- Christopher, J. (2013). *Sikap Masyarakat Surabaya dalam Menonton Video Klip PSY-Gangnam Style di Youtube*. Jurnal e-Komunikasi Universitas Kristen Petra, Vol. 1, No. 3, 2013, h. 287-297.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Enterprise, J. (2012). *Instagram Untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*. PT Elex Media Komputindo.
- Feroza C. S., & Misnawati D. (2020). *Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan*, Jurnal Inovasi Vol 14 No 1 (2020).
- Hanggono, Aditya Arie. dkk. (2015). *Dalam Mendukung Bisnis Online dengan Memanfaatkan Jejaring Sosial Instagram*. Jurnal Administras Bisnis (JAB) 26. no. 1, (TAM (Technology Acceptance Model 2015). <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1030/1213>.

- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istikomah, R. R., (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group.
- Hidayat D., Christin M., & Nur'aeni. (2022). *Teori Komunikasi*. (Bandung: Simbiosis, Rekatama Media.
- Holmes, D. (2012). *Teori Komunikasi: Media, Teknologi, dan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Kamus Versi Online/Daring (Dalam Jaringan)*. (2023, Oktober 16). Retrieved from KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia): <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/media%20sosial>
- Kotler, P. (2003). *Marketing Insights from a To Z: 80 Concepts Every Manager Needs*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education.
- Kusmayadi, E. (2017). *Dasar-Dasar Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Banten: Universitas Terbuka.
- Mustofa, M. (2019). Peran Hastag (#) Dalam Social Media Sebagai Upaya Branding Pustakawan. *LIBRARIA: Jurnal Perpustakaan*, 7(1), 19-38.
- Nainggolan, V., Rondonuwu, S. A., & Waleleng, G. J., (2018). *Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Unsrat Manado*. ACTA Diurna Komunikasi.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: PT. Simbiosis Rekatama Media.
- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Nur, A. & Tutiasri, R. P. (2022). *Pemanfaatan Instagram @dapurbalikpapan sebagai Media Promosi Kuliner Kota Balikpapan*, Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian Vol. 8 No. 2. Garut: Universitas Garut.
- Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI.
- Rusandi, & Rusli, M. (2021). *Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus*. Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam, 2(1), 48–60. <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>.
- Saleh, A. M., Kuswono, N. M. A., & Sayyid, A. N., (2020). *Communipreneur: Model-Model Kreatif di Era Industri 4.0*. PT. Cita Intrans Selaras.
- Santoso, E. (2010). *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sitorus, O. F. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: FKIP UHAMKA.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Special Report Digital 2024*. (2024, Mei 29). Retrieved from We Are Social: <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>
- Titin, A., (2020), Skripsi: “*Persepsi Follower terhadap Informasi Portal Instagram @jogjalowker*”. Yogyakarta: Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Yogyakarta: Andi Offset.