

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita
- Butterick, Keith. (2012). *Pengantar Public Relations : Teori dan Praktek*. Terj. Nurul Hasfi. Jakarta: Rajawali Pers
- Cangara, Hafied. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Creswell, (2018), *Penelitian Kualitatif & Desain Riset : Memilih di Antara Lima Pendekatan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Cutlip, Center & Broom. (2006). *Effective Public Relations*, Terjemahan Tri Wibowo. Jakarta: Prenada Media Group, hal. 268.
- Effendy, Onong Uchjana. (2004). *Ilmu Komunikasi: Teori and Praktek*, Bandung: PT. Remaja Rosadakarya.
- Evans, Dave. (2008). *Social Media Marketing: An Hour A Day*. Indiana: Wiley
- Hadi, Prijana Ido. (2020) *Penelitian Media Kualitatif*. Depok: Rajawali
- Jefkins, Frank & Daniel Yadin. (2003). *Public Relations*, Edisi kelima, Jakarta: Erlangga.
- Kingsnorth, Simon. (2016). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing*. London: Kogan Page Publishing.
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail*, Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan.2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, Kencana:Jakarta
- Moleong, L. J. (2011). *Metode Penelitian Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Prastowo, Andi. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media

- Pace, Wayne. Faules, Don. (2005). *Komunikasi Organisasi : Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Rangkuti, F . (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT : Cara perhitungan bobot, rating dan OCAI*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, Rosady. (2001). *Manajemen Public Relations & Manajemen Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rumanti, Sr. Maria Assumpta. (2002). *Dasar-dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Grasindo
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta
- Satlita, L. (2006). *Public Relations Teori Dan Praktek*. Yogyakarta: Fak Ilmu Sosial UNY.
- Ulber, Silalahi. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Zikri Fachrul Nurhadi (2017). *Teori Komunikasi Kontemporer*. Depok: Kencana.

Jurnal

- Engagement, Mempertahankan Brand, Nigar Pandrianto, and Gregorius Genep Sukendro, ‘Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk’, 167–76
- Intelligence, Marketing, Georgios Tsimonis, and Sergios Dimitriadis, ‘Brand Strategies in Social Media Marketing Intelligence & Planning Article Information ’: , March, 2019 <<https://doi.org/10.1108/MIP-04-2013-0056>>
- Kusumasondjaja, S., (2019). Exploring the role of visual aesthetics and presentation modality in luxury fashion brand communication on Instagram. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*.
- Lavoie, Kally A, ‘Instagram and Branding : A Case Study of Dunkin ’ Donuts’, 79–90
- Pohan, Alqanitah. (2015). “Peran Komunikasi Verbal dan Non Verbal Dalam Hubungan Manusia”. *Jurnal Ilmiah Dakwan dan Komunikasi*. 6(2), 1-22
- Pertiwi, C. A., Fitriani, D. R., & Santoso, B. (2019). kota pintar melalui media sosial dalam menciptakan pemerintahan yang baik di pemerintahan Jawa Barat. *kota*

pintar melalui media sosial dalam menciptakan pemerintahan yang baik di pemerintahan Jawa Barat.

Tursunbayeva, A., Franco, M., & Pagliari, C. (2017). Use of Social Media for e-government in the public health sector. *Use of Social Media for e-government in the public health sector.*

Ting, H., Ming, W. W. P. M., Run, E. C. de, & Choo, S. L. Y. (2015). Beliefs about the Use of Instagram: An Exploratory Study. *International Journal of Business and Innovation*, 2(2), 17-18.

Stephen, A. (2015). The Role Of Digital And Social Media Marketing In Consumer Behavior.

Skripsi terdahulu

Purnomo, A. and Ahmad Muhibbin, M., 2018. *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pariwisata Di Kabupaten Karanganyar (Studi Analisis Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram@ Explorekabkaranganyar)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Wulandari, Intan Indah. 'Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Dakwah Pada Komunitas Yuk Ngaji Pekanbaru'. (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2019)

Nira Aulia Zahara, 'ANALISIS PEMANFAATAN INSTAGRAM @nooresport BERDASARKAN EMPAT PILAR MEDIA SOSIAL' (Universitas Telkom, 2020) <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/159789/analisis-pemanfaatan-instagram-nooresport-berdasarkan-empat-pilar-media-sosial.html>

Oktaviani, Femi, 'Implementasi Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness', 3.1 (2018), 1–20

Rizqi Nurlita, 'PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PEMASARAN ONLINE PADA MATA KULIAH KEWIRAUSAHAAN' (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018)

Lainya

Riyanto, Dwi, A. (2020). *Hootsuite (We are Social) : Indonesian Digital Report 2020*. [Online]. Tersedia : <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital->

report-2020/. [2020, Oktober 23]

Ludwianto, B. (2020). *Riset: 64% Penduduk Indonesia Sudah Pakai Internet*. [Online]. Tersedia: <https://kumparan.com/kumparantech/riset-64-penduduk-indonesia-sudah-pakai-internet-1ssUCDbKILp/full>. [2020, Oktober 23]

Mba Skool Team (2020). *Instagram SWOT Analysis, Compotitors, STP & USP*.(Online). Tersedia : <https://www.mbaskool.com/brandguide/it-technology/13615-instagram.html>. [2021, Juni 12]

Deva, Ado. (2019). *Layanan Instagram Followers atau likes? Mana yang lebih penting!*. [Online]. Tersedia : <https://resellerindo.com/layanan-instagram-followers-jasa-aplikasi-penambah-followers/>. [2021, Maret 19].