

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Djamal, H. (2011). *Dasar-dasar penyiaran : sejarah, organisasi, operasional, dan regulasi / Hidajanto Djamal, Andi Fachruddin*. Jakarta: Kencana.
- McQuail. (1987). *Teori Komunikasi Massa Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana.
- Rahmanita Ginting, A. Y. (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial : Saring Sebelum Sharing*. Penerbit Insania.

### JURNAL

- Alfaruq, A. N. (2021). Pengaruh Instagram Ads ( Advertising ) Dalam Membangun Brand Awareness Clothing Line HEBE The Effect of Instagram Ads ( Advertising ) in Creating the Brand Awareness of Clothing Line HEBE. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 9(2), 1–17.
- Arie Yudhistira, P. G. (2021). Social Media Promotion Strategy Approach (Case Study of Ubud Monkey Forest Tourist Attraction's Instagram Account). *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 7(1), 78.  
<https://doi.org/10.22334/jbhost.v7i1.271>
- Dharmayanti, P. D., & Darma, G. S. (2020). The use of instagram in coffee shop. *Core.Ac.Uk*, 7(4), 48–56. <https://core.ac.uk/download/pdf/328143498.pdf>
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159.  
<https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4941>
- Gumilar, G. (2015). Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Promosi Oleh Pengelola Industri Kreatif Fashion di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, V(2), 77–84.
- Krisnatuti, D. A. P. L. N. Y. D. (2018). Analysis of Country of Origin, Brand Image,

Marketing Mix, and Purchase Intention of Indonesia Local Bag. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 7(5), 704–709.

<https://www.ijsr.net/archive/v7i5/ART20182329.pdf>

Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2019). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18.

<https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>

Kusumaningtyas, S. W., & Vanel, Z. (2019). THE ROLE OF INSTAGRAM AS AN INFORMATION DELIVERANCE TO THE CITIZEN BY THE PUBLIC RELATIONS OF SALATIGA CITY GOVERNMENT. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 111. <https://doi.org/10.33021/exp.v2i2.610>

Muhammad Azwar, S. S. (2018). 7320-22716-1-Pb. *The Utilization of Instagram as a Media Promotion : The Case Study of Library in Indonesia, Vol.2 Numb.*

Pavel, C. (2014). Using Visual Content in Your Marketing. *Quaestus Journal*, 164–168.

Rahmayani, O., & Nofrialdi, R. (2022). The Effect of Utilization of Social Media Instagram @Nanarfshop on Buying Interest of Fisipol Students University Ekasakti Padang. *Journal of Law Politic and Humanities*, 2(2), 85–94.

Ramadhan, F. H. (2017). Pkm Pemanfaatan Media Sosial Instagram. *Jom Fisip*, 4(2), 1–15.

Sagiyanto, A. (2020). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Produk Haus Melalui Akun @Haus.Indonesia. *Jurnal AKRAB JUARA Volume 5 Nomor 2 Edisi Mei 2020 (97-114)*, 53(9), 1689–1699.

Setiadi, A. (2014). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 16(1).

Tranggono, D., Nidita, A., & Juwito, P. (2020). Jurnal Ilmu Komunikasi Keputusan Pembelian Pr. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2).

## **INTERNET**

Analisa.io Profile Analytics Instagram. Diakses pada 18 Oktober 2022, dari <https://analisa.io/>

Dataportal.com. Digital 2022 Indonesia. Diakses pada 18 Oktober 2022, dari <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>

Instagram.com. About Instagram. Diakses pada 10 Oktober 2022, dari <https://about.instagram.com/about-us>