

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press.
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata: Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Kencana.
- Cakranegara, A. P., & Susilowati, E. (2016). ANALISIS STRATEGI IMPLEMENTASI MEDIA SOSIAL (STUDI KASUS UKM “XYZ”).
- Cangara, H. H. (2019). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Deswarita Tripani, & Muhammad Al Assad Rohimakumullah. (2022). STUDI KOMPARATIF TENTANG PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI ALAT DISEMINASI INFORMASI DI MASA PANDEMI COVID-19.
- Dewi, A. S. S., , Ginting, R. T., & Resen, P. T. K. (2021). Perilaku Informasi Pengguna Instagram di Era Keterbukaan Informasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*. 55-63.
- Effendy, O. U. (2011). *Ilmu Komunikasi dan Praktek*. Bandung : Bandung Remaja Rosdakarya.
- Elfrida, S., & Diniati, A. (2020). Pemanfaatan Fitur Media Sosial Instagram Dalam Membangun Personal Branding Miss International 2017. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 57–71.
- Ginting, T. S. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENGEMBANGKAN PARIWISATA DI DANAU TOBA: STUDI KASUS BADAN KOORDINASI PELESTARIAN EKOSISTEM KAWASAN DANAU TOBA (BKPEKDT). *Jurnal Sosial dan Pengabdian Masyarakat*, 25-32.
- Handayani, D. d. (2010). *The Official MIM Academy Course Book Brand Operation*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Keller, K. a. (2016). *Marketing Management*. Pearson: : Prentice hal.
- Kulvisaechna, S. (2001). *The Role of Communication Strategies in Change Management Process*.

- Liedfray, Fonny J. Waani , & Jouke J Lasut . (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara.
- Luttrell, R. (2015). *Social media: How to engage, share, and connect*. Rowman & Littlefield.
- Moleong, L. J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Patton, M. ( 2023). *Qualitative Research & Evaluation Methods*. SAGE Publications.
- Pusparisa, Y. (2021). *Global Web Index*. From <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/16/instagram-media-sosial-favorit-generasi-z>
- Putra Boediman, E. (2020). Media Sosial sebagai Media Baru dalam Perspektif Praktisi Public Relations pada Era Generasi Milenial.
- Ramadani, A. .. (2023). PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, DAN TRUST TERHADAP ADOPSI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM PADA PELAKU UMKM DI KOTA MAKASSAR .
- Ramadhan, A. A. (2020). strategi Komunikasi Pemasaran Orbigeat pada Media Sosial Instagram dalam Membangun Brand Awareness. 275.
- Ringgo Eldapi Yozani, Welly Wirman, & Sherley Gucci Permata Sari. (2022). EDUCATION-BASED MARKETING COMMUNICATION STRATEGY (STUDY ON GREEN SMOOTHIE FACTORY PEKANBARU).
- Romli, A. S. (2018). *Jurnalistik online: Panduan mengelola media online*. Nuansa Cendekia.
- Rosana. (2010). Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Media di Indonesia. *Gema Eksos*. 144-156.
- Safko, L., , & Brake, D. K. (2009). *The social media bible: tactics, tools, and strategies for business success*. John Wiley & Sons.
- Sagita, R. A., & Siswahyudianto. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Pengembangan Brand Awareness pada Sentra Olahan Salak Kunara Desa Kedungrejo Kecamatan Megaluh Kabupaten. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*.

- Saktisyahputra. (2022 ). Manajemen Komunikasi Digital Perencanaan, Aktivitas dan Evaluasi Asosiasi Konten Kreator Indonesia dalam Meningkatkan Omset Bisnis UMKM. *Jurnal Abiwara*.
- Social, W. A. (2023). *Report Pengguna Social Media 2023*. From <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Umanailo, M Chairul Basrun (2019), *Paradigma Konstruktivis*, 10.31219/ofs.io/19ja2t.
- Wahyudi, S. (2012). *Entrepreneurial Branding And Selling*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Zidan , M. Y., & Pamungkas , I. A. (2023). Strategi Komunikasi untuk Membangun Citra Universitas. *eProceedings of Management*.