

DAFTAR PUSTAKA

- A, A., I, M. A., & Fauziah S, A. (2022). Utilization Instagram as an Communication Marketing Media. *International Journal of Research and Applied Technology*, 2(2), 1–5. <https://doi.org/10.34010/injuratech.v2i2.6936>
- Adhi. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. 1–160.
- Azizah, N., & Rohmah, A. N. (2023). Strategi Komunikasi Digital Media Officer City Centrum Mall Di Kota Samarinda Dalam Mengelola Instagram @City_centrum. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4(3), 1061–1074. <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i3.318> Azwar. (2022). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*.
- Bachruddin. (2022). *BUKU KOMUNIKASI ORGANISASI*. 1–161.
- Butar Butar, M., Cangara, H., & Wahid, U. (2022). Strategi Komunikasi Penggunaan Instagram Dalam Kegiatan Promosi Kuliner @Polkadotkitchen. *Akrab Juara : Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(1). <https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v7i1.1784>
- Cindie. (2020). *PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHII_OFFICIALSEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN*.
- Clara. (2018). *KOMUNIKASI DAN MEDIA SOSIAL*. <https://www.researchgate.net/publication/329998890>
- Dhika. (2019). *STRATEGI KOMUNIKASI BAGIAN PENERANGAN TENTARA NASIONAL INDONESIA ANGKATAN UDARA (TNI-AU) ADISOEMARMO SOLO DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF MELALUI PROGRAM “OUTING CLASS.”* www.tni-au.mil.id/sejarah-tni-
- Diana. (2020). PENGARUH KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. GAPA CITRAMANDIRI, RADIO DALAM-JAKARTA SELATAN. In *Jurnal Disrupsi Bisnis* (Vol. 3, Issue 1).
- Dinda. (2019). *POLA KOMUNIKASI INTERNAL MELALUI PESAN DIGITAL PADA PT. INDOSIAR VISUAL MANDIRI*. <https://www.communicationtheory.org/patterns-of-communication/> Dumaris. (2022). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*.
- Eliviana. (2020). *PERANCANGAN MEDIA INSTAGRAM SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI COFFEE SHOP BERGARIS 4 DALAM MENARIK MINAT BELI*.
- Ermia. (2019). *Komunikasi Organisasi Pimpinan ... (Ermia Kuswandini) KOMUNIKASI ORGANISASI PIMPINAN CABANG IKATAN PELAJAR PUTERI NAHDLATUL ULAMA (PC IPPNU) SLEMAN Organizational Communication Of Nahdlatul Ulama’s Sleman Branch Leaders Of Bond Of Female Students (PC IPPNU)*.
- Fathurrahman. (2019). *ANALISIS PESAN FOTO DAN TEKS AKUN INSTAGRAM*

- #FOODFESTIVALBANDUNG DALAM MEMPROMOSIKAN EVENT WISATA KULINER DI KOTA BANDUNG *Photos and Texts Analysis on instagram account #FOODFESTIVALBANDUNG at Promoting Culinary Tourism Events in Bandung City.* <https://www.termasmedia.com>
- Fazza. (2023). *STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS METTA FM SOLO MELALUI INSTAGRAM.*
- Martin, A., & Maulida, D. (2022). Strategi Komunikasi Dinas Sosial dalam Usaha Pemberdayaan Masyarakat Berkebutuhan di Kabupaten Nagan Raya. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(4), 5689-5894.
- Guntur. (2019). *KONSEP DASAR ANALISIS DATA KUALITATIF SEKOLAH TINGGI THEOLOGIA JAFFRAY.* www.sttjaffray.ac.id
- MaHardani. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif.* <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Jonathan. (2020). *ANALISIS POLA KOMUNIKASI DAN DAMPAKNYA PADA KINERJA KARYAWAN (Studi pada Koperasi Unit Desa Bale Yotro).*
- Junaidi. (2022). *Strategi Komunikasi Penggunaan Instagram dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat akan Krisis Iklim.*
- Junaidi, A., & Syaifurahman, B. (2022). Strategi Komunikasi Penggunaan Instagram dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat akan Krisis Iklim. *Koneksi*, 6(2), 416–423. <https://doi.org/10.24912/kn.v6i2.15795> Komang.
- (2020). *INSTRUMEN PENELITIAN.*
- Lizaida. (2023). *PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI COMEDY EVENT DI KOTA BENGKULU USE OF INSTAGRAM AS A MEDIA FOR COMEDY EVENT PROMOTION IN BENGKULU CITY. SIBATIK JOURNAL | VOLUME, 2(10), 3221–3228.* <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i10.1411>
- Lucky. (2018). *TINJAUAN MENGENAI PELAKSANAAN EVENT PADA PT DEALPRO INDONESIA TAHUN 2018.*
- Marisa. (2018). GAMBARAN KOMUNIKASI KERJA, KEPUASAN KERJA DAN KINERJA KARYAWAN TOSERBA YOGYA CABANG SUNDA BANDUNG. In *Journal of Business Management Education* | (Vol. 3, Issue 1).
- Mudjia. (2018). *Paradigma Interpretif.*
- Mustofa. (2021). *KOMUNIKASI VERTIKAL DAN HORIZONTAL DALAM UPAYA MEMBENTUK GAYA KEPEMIMPINAN YANG DEMOKRATIS SESUAI PRINSIP ISLAM DI FAKULTAS ADAB UIN RADEN INTAN LAMPUNG* (Vol. 05, Issue 01).
- Nainggolan, Y. (2018). *Penggunaan Media Sosial Instagram Untuk Menunjang Peran Duta Wisata 2016 - 2017 Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Kalimantan Timur* (Vol. 6, Issue 3). Cetak.

[https://ejournal.ilkom.fisipunmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/07/YUNITA%20\(07-30-18-04-5905\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisipunmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/07/YUNITA%20(07-30-18-04-5905).pdf)

- Nurul. (2020). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM HALOA CAFE SEBAGAI KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 178–190. <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK>
- Permassanty, T. D., & Muntiani, M. (2018). Strategi Komunikasi Komunitas Virtual dalam Mempromosikan Tangerang Melalui Media Sosial. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 21(2), 173–186. <https://doi.org/10.20422/jpk.v21i2.523>
- Puspitosari. (2021). *Peran Media Komunikasi Digital Pada Pola Komunikasi Guru dan Murid*.
- Putra, K. A. N. R., Ohorella, N. R., & Prihantoro, E. (2022). Wedding Organizer Marketing Communication Strategy @Ngantenan.yuk Through Instagram Social Media. *Journal of Digital Media Communication*, 1(2), 69–78. <https://doi.org/10.35760/dimedcom.2022.v1i2.7421>
- Putri, S. A. S., & Sari, W. P. (2022). Communication Strategy on @Celebritiesdotid Social Media Instagram . *ProceedingThe 2ndICHELSS*, 1–14.
- Rafika. (2021). *INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SERTA PENGARUHNYA TERHADAP SUBJECTIVE WELL-BEING SISWA*.
- Ratnawiyah. (2020). *DINAMIKA KOMUNIKASI ORGANISASI RADIO REPUBLIK INDONESIA STUDIO PENYIARAN (RRI SP) KABUPATEN BONE* (Vol. 21, Issue 2).
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif*.
- Sului, S. (2021). *PENGARUH KOMUNIKASI VERTIKAL DAN KOMUNIKASI HORIZONTAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT.KALTIM DIAMOND COAL SITE LOA GAGAK KUTAI KARTANEGARA*. 9(2), 186–192.
- Supriadhie, A., Tinggi, S., Hukum, I., Politik, D., & Bangsa, P. (2020). Urban Casual Promotion Strategy On Social Media Instagram. *Fox Justi : Jurnal Ilmu Hukum*. <https://doi.org/https://doi.org/10.58471/justi.v10i02.89>
- Tanty. (2018). Strategi Komunikasi Komunitas Virtual dalam Mempromosikan Tangerang Melalui Media Sosial. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 21(2), 173–186. <https://doi.org/10.20422/jpk.v21i2.523>
- Yudi. (2020). *PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL SUZUKI DI PT.ARISTA SUSKES ABADI TANJUNG PINANG* (Vol. 3, Issue 1).
- Zaenal. (2020). *TEORI-TEORI KOMUNIKASI*. <http://md.uinsgd.ac.id>
- Zamzami. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, 2, 25–37.
- Zuchri. (2021). *Buku Metode Penelitian Kualitatif*. 1–148.