

DAFTAR PUSTAKA

- Almaida, F. A., & Nugrahani, R. U. (2019). Analisis Pengelolaan Konten Digital Marketing Media Sosial Institut Francais Indonesia Bandung. Jurnal Komunikasi Acta Diurna, 15 (1). 96-109*
- Dewanti Pertiwi dan Henni Gusfa.(2018). Pengaruh Content Marketing Terhadap Pembentukan Brand Awareness Pada Kalbis Institute” Jakarta ,Jurnal. Media Kom.*
- Elvera dan Astarina, Yesita. (2021). Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Andi*
- Fiantika, Feny Rita dkk. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi. Page 2. 122*
- Hermawan, Iwan (2019). Metodologi Penelitian Pendidikan : Kuantitatif,. Kualitatif & Mixed Methode. Kuningan. Hidayatul Quran Kuningan*
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). Marketing Management Sixteenth. (16th ed.). United Kingdom: Pearson Education Limited.*
- Mukhlis, I. R., Ratnawita, R., Oktaviani, D., Solihin, D. A., Agustiani, I. N., Akrom, N. K., Mardiana, S., & Riana, N. (2023). Digital Marketing. Strategy Panduan Praktis & Strategi Pemasaran Digital Terkini. PT. Sonpedia Publishing Indonesia*
- Pasaribu, Vela Lidya Delimah. (2021). Pemasaran Kontemporer. Bandung: Widina Bhakti Persada*
- Rossa, Elia Et Al. (2023). "Pengaruh Self Assessment System Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak." Madani:Jurnal Ilmiah. Multidisiplin*
- Saputri, Priseha S dan Fanni Husnul H. 2021. Analisis dan Pengembangan Konten. Sosial Media Marketing Pada Instagram Telkom STO Dago Tahun 2021. Jurnal e-proceeding of applied science vol 7 no 14 Agustus 2021. Hlm 538*
- Salim & Haidir. (2019). Penelitian Pendidikan : Metode, Pendekatan, dan. Jenis. Jakarta. Kencana.*
- Tongkotow Liedfray et,al, “Peran Media Sosial Dalam Memperat Interksi Antar. Keluarga”, Jurnal Ilmiah Society, Vol 2 No 1, 2022, hlm 2. 35*
- Uzlifatul Jannah dan Agoes Moh, Moefad. (2019). “Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Baru. Setigi di Gresik JawaTimur”. Jurnal Ilmu Komunikasi. V.9 n.2. [15]*

Wijaya, Graciela Putri dan Henilia Yunita. (2022). *Pengaruh Konten Marketing, E-WoM, Dan Citra Merek Di. Media Sosial Tiktok Terhadap Minat Beli Kosmetik Mother of Pearl.* *Jurnal Bussines and Applied Management* 15 (2) 134-135

Hermawan, I. (2019). *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN Kualitatif & kuantitatif & mixed method.* Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan.

Aisya, C. (2023). *ANALISIS EFEKTIVITAS SOSIAL MEDIA MARKETING CAMPAIGN PRODUK SAMBUNGAN LANGSUNG INTERNASIONAL DENGAN MENGGUNAKAN METODE EPIC MODEL.*

Annisa, H. (2022). *Analisis dan Pengembangan Konten Media Sosial Marketing pada akun instagram @herbalhayati Tahun 2022.*

Febriyan, H. (2023). *Analisis Konten Social Media Marketing pada Media Sosial Instagram PT. Neuronworks Indonesia Tahun 2022.*

Naura, M. (2021). *ANALISIS KONTEN VISUAL POST INSTAGRAM Riliv DALAM MEMBENTUK.* *ejournal.unesa.*

Priskilia, H. (2023). *Analisis Content Social Media Marketing Pada Instagram @Estafet_Ilmu Terapan Tahun 2022.*

Sumber Internet

<https://www.cnbcindonesia.com/research/20230112114124-128-404935/tren-pengguna-internet-dunia-terus-meningkat-bagaimana-ri> di akses 11 oktober 2023)\

<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-di-ri-capai-10672-juta-hingga-februari-2023> di akses 18 oktober 2023)