

DAFTAR PUSTAKA

- Araujo, 2010. (2017). KAMPANYE SOSIAL DI MEDIA SOSIAL (STUDI KASUS COMPUTER MEDIATED COMMUNICATION PADA PLATFORM CROWDFUNDING KITABISA.COM). *Вестник Росздравнадзора*, 6, 5–9.
- Azizah, N. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WAROENG SS DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS KONSUMEN MELALUI INSTAGRAM. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 11(1).
<https://doi.org/10.31506/jrk.v11i1.8434>
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2004). Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective 6th. *New York: McGraw-Hil L.*
- Bungin, B. (2007). *Penelitian kualitatif: komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya* (Vol. 2). Kencana.
- BUNGIN, M. B. (2010). *Penelitian kualitatif / Burhan Bungin.*
- Cat, N. (2021). Instagram users in Indonesia - April 2021 | NapoleonCat.
<https://Napoleoncat.Com/Stats/Instagram-Users-in-Indonesia/2021/04/>.
- Creswell, J. W. (2015). Penelitian kualitatif & desain riset. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar.*
- David, W. (2012). Pemasaran Jasa Pendidikan (Mengapa Sekolah Memerlukan Marketing?). *Jakarta Selatan: Salemba Empat.*
- Denscombe, M. (2010). The Good Research Guide for Small Scale Research Projects (4th ed.). *Buckingham: Open University Press.*
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2009). Handbook of Qualitative Research (terj.). *Yogyakarta: Pustaka Pelajar.*

- Juliansyah Noor, S. E. (2016). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*. Prenada Media.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A framework for marketing management*. Pearson Boston, MA.
- Liliweri, A. (2010). *Komunikasi serba ada serba makna*. Kencana.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen pemasaran jasa*.
- Mackenzie, N., & Knipe, S. (2006). Research dilemmas: Paradigms, methods and methodology. *Issues in Educational Research*, 16(2), 193–205.
- Mahardika, E. (2018). Implementasi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Promosi Pariwisata (Studi Kasus Pada Kota Wisata Batu). *Commercium*, 2(2), 5–8.
- Miller, D. (2020). *Social Media Marketing, 3 books in one: Excellent Tricks to Grow your business, Instagram Marketing to become a famous influencer, Tiktok and You Tube to make Viral Videos*. Los Angeles: Independently Published.
- Moleong, Lexi J., & Edisi, P. (2004). *Metodelogi penelitian*. Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. (2005). *Metodologi kualitatif. Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Nasrullah, R. (2016). Teori dan riset media siber (cybermedia). In *Kencana Prenada Media* (Vol. 8, Issue 5).
- Nastain, M. (2017). Branding dan eksistensi produk (kajian teoritik konsep branding dan tantangan eksistensi produk). *CHANNEL, Universitas Mercu Buana Yogyakarta*, 5, 14–26.

- Nasution, M. N., & Sikumbank, R. F. (2004). *Manajemen jasa terpadu*.
- Nikmatur, R. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 63.
- Nitya, B. D. (2021). *Strategi Social Marketing Lentera Sintas Indonesia dalam Membangun Awareness Melalui Instagram @Lentera_ID (Studi Kasus Kampanye #MulaiBicara)*.
- Nugrahani, F., & Hum, M. (2014). *Metode penelitian kualitatif*. Solo: Cakra Books.
- Nurrohman, T. (2019). IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING KOMUNITAS #AYOKEDAMRAMAN SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA DAM RAMAN KOTA METRO Oleh: *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., Asmara, W. W., Tamitiadini, D. D., Destrity, N. A., Avina, D. A. A., & Illahi, A. K. (2018). *Komunikasi pemasaran terpadu: pendekatan tradisional hingga era media baru*. Universitas Brawijaya Press.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Prisgunanto, I. (2014). *Komunikasi pemasaran era digital*. Jakarta: Prisani Cendekia.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>
- Quesenberry, K. A. (2020). *Social media strategy: Marketing, advertising, and public relations in the consumer revolution*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Rahardjo, M. (2010). *Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif*. GEMA: Media Informasi Dan Kebijakan Kampus. <https://www.Uin->

Malang.Ac.Id/r/101001/Triangulasi-Dalam-Penelitian-Kualitatif.Html.

- Rangkuti, F. (2009). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ruslan, R. (2014). Manajemen Public Relations & Media Komunikasi. In *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Rajawali, Jakarta.
- Ruslan, R. (2018). Manajemen Public Realties dan Media Komunikasi. In *Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada*.
- Septiana, L., Sumadi, S., & Miswar, D. (2019). Penggunaan Media Pembelajaran Video Animasi Powtoon Siswa SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung. *JPG (Jurnal Penelitian Geografi)*, 7(6).
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono, P. (2015). Metode penelitian kombinasi (mixed methods). *Bandung: Alfabeta*, 28, 1–12.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Wantoro, R. P. (2020). MEDIA INSTAGRAM DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @askxorg). *Pemasaran*, 6, 1–16.
- Widyastuti, S. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*.
- Yasundari, Y. (2016). HUBUNGAN ANTARA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DENGAN MOTIVASI WIRUSAHA PEBISNIS DARING (ONLINE) DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS. *Jurnal Kajian*

Komunikasi, 4(2), 207. <https://doi.org/10.24198/jkk.v4i2.7737>

Yin, R. K. (2005). No Title. *Case Study Research: Design and Methods (3rd Ed.)*.
Thousand Oaks, Calif: Sage Publications.

Yin, Robert K. (2009). *Case study research: Design and methods* (Vol. 5). sage.

