

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Afrizal. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu* (4th ed.). Rajagrafindo Persada.
- Arifin J. (2018). *SPSS 24 Untuk Penelitian dan Skripsi*. Jakarta; PT Elex Media Komputindo
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Bernard, A. S. (2012). *An Introduction to Enterprise Architecture*. AuthorHouse.
- Cangara, Hafied. 2017. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Chaffey, D., & Fiona Ellis, C. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (4th ed.). Pearson Education, Inc.
- Cross, M. (2013). *Social Media Security* (1st ed.). Syngress.
- Darmawan. (2015). *6 Tahap Menyusun Strategi Content Marketing yang Mampu Meningkatkan Pengunjung dan Penjualan*. Panduanim.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (5th ed.). CA SAGE.
- Effendy, Onong Uchjana. (2015). *Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditia Bakti
- Hermawan, A. (2013). *Promosi dalam Prioritas Kegiatan Pemasaran*. PT Buku Seru.
- J.Moleong, L. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif* (Revisi). Remaja Rosdakarya.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Index.
- Littlejohn, S. W. (2016). *Ensiklopedia teori komunikasi* (1st ed.). Kencana.
- M. Nisrina. (2015). *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang* (1st ed.). Kobis.
- Satori, D., & Komariah, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Shaltoni, A. M. (2011). *E-Marketing Education: Defining The Limits*. 7th International Conference on Business.
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The Dentsu Way*. Dentsu.inc.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Ludlow, Ron & Fergus Panton. 1992. *The essence of effective communication*. London: Prentice Hall.
- Yin, R. K. (2014). *Studi Kasus Desain & Metode*. Rajawali Pers.

Jurnal

- Agustinna, K., Purnama, H., Abdurrahman, & Sufyan, M. (2017). Analisis Strategi Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram. *E-Proceeding of Management*, 4(1).
- Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 8920–8928.
- Carr, Caleb & Hayes, R. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46–65.
- Chan, A., & Astari, D. (2017). The Analysis of Content Marketing in Online

- Fashion Shops in Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 6(2), 225–233.
- Chen, Y. L., & Huang, T. Z. (2012). Mechanism research of OWOM marketing based on SOR and AISAS. *Advanced Materials Research*, 403–408, 3329–3333.
- Faruqi, F. A. Al. (2022). Analisis Peran Media Sosial Instagram Kopilkasi dalam menarik minat beli konsumen. *Universitas Esa Unggul*.
- Fusch, P., Fusch, G. E., & Ness, L. R. (2018). Denzin’s Paradigm Shift: Revisiting Triangulation in Qualitative Research. *Journal of Social Change*, 10, 19-32.
- Nugraha, B., & Akbar, M. F. (2018). Perilaku Komunikasi Pengguna Aktif Instagram. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 2(2), 95–101.
- 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.
- Syahdatina, V. D. (2018). *Bias Perempuan Dalam Postingan Akun Instagram (Analisis Semiotik Pada Akun IndozoneLife)*. Universitas Muhammadiyah.
- Setiawan, R., & Audie, N. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Presentasi Diri Mahasiswi Pendidikan Sosiologi Untirta. *Community*, 6(1).
- Taprial, V., & Kanwar, P. (2012). *Understanding Social Media*. Ventus Publishing.
- Wahab, M. F., & Triwardhani, I. J. (2021). Instagram Sebagai Media Promosi Coffee Shop. *Journal Riset Manajemen Komunikasi*, 1(2).
- Wattimena, Grace Heidy. (2019). *Presentasi Diri Beauty Influencer Abel Cantika Melalui Youtube Channel*. *Jurnal*, 12(1)
- Wilis, R. A., & Augustina, R. A. (2022). Influencer dan Blogger sebagai strategi pemasaran era digital. *Jurnal Ilmu Siber*, 1(4).

Sumber Lainnya

1. Ambar. (2018). 17 Peranan Media Sosial dalam Masyarakat. Pakarkomunikasi.Com. <https://pakarkomunikasi.com/peranan-media-sosial-dalam-masyarakat>
2. Kominfo. (2014). *No Title*. Kominfo.
3. Kompas. (2015). *No Title*. Kompas Tekno.
4. Monavia Ayu Rizaty, (2022). <https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9738-juta-pengguna-instagram-pada-oktober-2022>
5. Rahmi (2018). <https://twitter.com/linetoday/status/1239793947544879109>
6. Sitepu, J. (2017). 17 Peran Komunikasi Pemasaran secara umum. Pakarkomunikasi.Com. <https://pakarkomunikasi.com/peran-komunikasi-pemasaran>
7. Veronicka. (2021, December 12). Tips Membuat Konten yang Menarik Perhatian di Media Sosial. *Kumparan.Com*.