

DAFTAR PUSTAKA

- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu. *Kinesik*, 9(2), 176–182. <https://doi.org/10.22487/ejk.v9i2.327>
- Ariana Nafi Hasyanita, I. D. M. (2022). Analisa Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Alat Komunikasi Pemasaran Eboni Watch. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6, 1096–1102.
- Arruda, D. G. de. (2021). *Pemasaran di Media Sosial*. 6.
- Creswell, J. W. (2015). Penelitian Kualitatif & Desain Riset. *Mycological Research*, 94(4), 522. <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/37624/1/penelitian.pdf>
- Diana, D., & Hakim, L. (2021). Kolaborasi Antara Perguruan Tinggi, Industri dan Pemerintah: Tinjauan Konseptual Dalam Upaya Meningkatkan Inovasi Pendidikan dan Kreatifitas Pembelajaran di Perguruan Tinggi. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi* 1177, 1–14. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/KNEMA/article/view/9063/5358>
- Effendy, O. . (2019). *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek* (Cet 29). Remaja Rosdakarya.
- Efrida, S., & Diniati, A. (2020). Pemanfaatan fitur media sosial Instagram dalam membangun personal branding Miss International 2017. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 57. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i1.23365>
- Elyas, A. H., Iskandar, E., & Suardi, S. (2020). Inovasi Model Sosialisasi Peran Serta Masyarakat Kecamatan Hamparan Perak Dalam Pemilu. *Warta Dharmawangsa*, 14, 137–149. <http://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/juwarta/article/view/548>
- Hanifawati T, D. (2019). *Popularitas Merek di Sosial Media* : 9(April), 9–26. <https://pdfs.semanticscholar.org/5348/551a3f5d56951187daea3d019a409ea1a854.pdf>
- Harahap, R. H., & Lisma, E. (2022). EduGlobal: Jurnal Penelitian Pendidikan Pengaruh Layanan Informasi Terhadap Kecemasan Mahasiswa Yang Menghadapi Ujian Skripsi Di Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan Tahun Ajaran 2020 / 2021. *EduGlobal: Jurnal Penelitian ...*, 01, 113–119. <https://jurnal->

- lp2m.umnaw.ac.id/index.php/EduGlobal/article/view/1184%0Ahttps://jurnal-lp2m.umnaw.ac.id/index.php/EduGlobal/article/download/1184/778
- Haryono, C. . (2020). *RAGAM METODE PENELITIAN KUALITATIF KOMUNIKASI*. CV Jejak.
[https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=7RwREAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Haryono,+C.+G.+\(2020\).+Ragam+Metode+Penelitian+Kualitatif+Komunikasi.+Kab.+Sukabumi:+CV+Jejak,+anggota+IKAPI&ots=WtR_RaK_Eo&sig=_OY8cFmFAfoskasTDBdK-ZbWO44&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=7RwREAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Haryono,+C.+G.+(2020).+Ragam+Metode+Penelitian+Kualitatif+Komunikasi.+Kab.+Sukabumi:+CV+Jejak,+anggota+IKAPI&ots=WtR_RaK_Eo&sig=_OY8cFmFAfoskasTDBdK-ZbWO44&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Kukuh Familiar, I. M. (2015). Management Analysis Journal Pelanggan, Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan. *Management Analysis Journal*, 4(4), 348–354.
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2019). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18.
<https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>
- Madeline, G., & Susanto, E. H. (2019). Pemilihan Dan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Ascenta Tour. *Prologia*, 3(1), 105.
<https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6221>
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Mardawani. (2020). *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif*. YogyakartaNo Title.
- Nasrullah, R. (2017). *Media sosial : perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi / penulis, Dr. Rulli Nasrullah, M.Si. ; editor, Nunik Siti Nurbaya (N. S. Nurbaya (ed.); Cetakan ke). Bandung : Simbiosis Rekatama Media 2017 Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2017.*
- Nurain, A. . (2017). *POLA KOMUNIKASI DIVISI MARKETING COMMUNICATION PRFM COMMUNICATION PATTERN OF PRFM MARKETING COMMUNICATION DIVISON*. 4(3), 3385–3388.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/5157/5129>

- Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 13–27. <https://doi.org/10.46937/17201926586>
- Ortiz, C. . (2019). *SOCIAL MEDIA SUCCESS FOR EVERY BRAND* (3rd ed.). Bhuana Ilmu Populer Kelompok Kompas Gramedia.
- Prajarto, N. (2008). Bencana, Informasi, dan Keterlibatan Media. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 11(3), 287–306. <https://doi.org/https://doi.org/10.22146/jsp.10989>
- Prasetyawan, A. D., Riyanto, D., & Suryo, H. (2018). Manajemen Komunikasi dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Publik. *Jurnal Transformasi*, 1(3), 1–87.
- Prastiwi, D. R. D. (2016). Strategi Content Divison dalam Pengemasan Konten Media Sosial pada Akun Instagram Kompascom. *The Journal of the Institute of Image Information and Television Engineers*, 54(10), i. <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/10020>
- Ramdhani, D. (2018). Luncurkan Jabar Quick Respons, Ridwan Kamil Ingin Negara Cepat Tanggap. *Kompas.Com*. <https://regional.kompas.com/read/2018/09/18/12401971/luncurkan-jabar-quick-respons-ridwan-kamil-ingin-negara-cepat-tanggap>
- Ricko, R., & Junaidi, A. (2019). Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion). *Prologia*, 3(1), 231. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6245>
- Sasmita, R., Arifin, Z., & Sunarti. (2013). *NASABAH (Studi pada Nasabah PT . Asuransi Jiwasraya (Persero) Malang Regional Office)*. 25(1), 1–6.
- Siregar, H. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 1, 71–82. <https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102>
- Sopyan, I. (2016). *KOMUNIKASI KELOMPOK GURU DAN MURID DALAM PENYAMPAIAN PROGRAM COOPERATIVE LEARNING DI SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN NEGERI 5 PANGALENGAN (SMKN5)*. 1–23.
- Sugiyono. (2015). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suratman, D. (2017). *FOTOGRAFI SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI ANTAR PERSONA DENGAN PENDEKATAN NILAI KEISLAMAN (Pada Usia 18-25*

Tahun Dalam Aplikasi Instagram). [http://repository.unpas.ac.id/28046/4/BAB II.pdf](http://repository.unpas.ac.id/28046/4/BAB%20II.pdf)

Umanailo, M. (2019). *Paradigma Konstruktivis*. October. <https://doi.org/10.31219/osf.io/9ja2t>