

DAFTAR PUSTAKA

[1]	Abidin, Z., & Amirudin, N. (2021). Filsafat pendidikan Islam: Konteks kajian kekinian. Universitas Muhammadiyah Gresik.
[2]	Annur, C. M. (2023, November 28). Indonesia jadi negara dengan pengguna Instagram terbanyak ke-4 di dunia. Katadata. https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/16d2a8a4aaa0bc2/indonesia-jadi-negara-dengan-pengguna-instagram-terbanyak-ke-4-di-dunia
[3]	Avisianiy, J., & Widaningsih, S. (2024). Penerapan Konten Sosial Media Marketing Studi Kasus Pada Akun Instagram@ ries. Bakery Tahun 2024. Jurnal Administrasi dan Manajemen, 14(3), 312-318.
[4]	CNN Indonesia. (2021, Oktober 6). Ekspor batik tembus Rp7,6 T pada 2020. https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211006205130-92-704353/ekspor-batik-tembus-rp76-t-pada-202
[5]	Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., Jamil, S. H., Nainggolan, H. L., Anantadjaya, S. P. D., & Nugroho, A. (2023). Strategi pemasaran. CV. Intelektual Manifes Media. ISBN: 978-623-88640-1-0
[6]	Fachruddin, S. A., & Nugraha. (2022). Perancangan strategi pemasaran dengan pendekatan analisis SWOT dan metode TOPSIS. Jurnal Riset Teknik Industri (JRTI), 2(2), 129–140.
[7]	Fauzi, A., Firdauzy, N. S. N., Fadhilah, E. S. N., Aziz, M. S. N., Fauzia, N., Maharani, P. A., Krisna, I. P. D., & Riyanto, R. (2023). Analisis strategi pemasaran di era digital untuk membangun loyalitas pelanggan. Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 1(11), 173–179.
[8]	Gunawan, A. I., Amalia, F. A., Senalasari, W., & Gaffar, V. (2021). Pengukuran aktivitas pemasaran pada media sosial Instagram. Jurnal Administrasi Bisnis, 10(2), 133–142.
[9]	Mas'Udin, M., & Yuliawati. (2020). Pengaruh dimensi social media marketing melalui Instagram terhadap keputusan pembelian sayur organik di PO Sayur

	Organik Merbabu (SOM). Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA), 4(3), 478–487.
[10]	Maulana, A. S., & Barkah, C. S. (2024). Perencanaan strategi social media marketing dalam membangun customer engagement Pav Pizza.
[11]	Medina, M., Portilla, I., & Pereira, T. (2023). Exploring what audience engagement means for media companies. <i>Revista de Comunicación</i> , 22(2), 339–352.
[12]	Noventa, C., Soraya, I., & Muntazah, A. (2023). Pemanfaatan media sosial Instagram BuddyKu sebagai sarana informasi terkini. <i>JHONDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial</i> , 3(3), 626–635.
[13]	Nurhaniya, A. N., Junipriansa, D., & Febrianto, N. A. (2024). Implementation of social media marketing dimensions at @viccostore_official. <i>Manajement Research</i> , 7(2), Oktober. P-ISSN: 2614-5197, E-ISSN: 2614-5189.
[14]	Oktaviani, A., Maulana, A., & Firmansyah, R. (2023). Peranan media sosial Facebook dalam meningkatkan komunikasi pemasaran di era digital. <i>MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi</i> , 2(2), 143–150.
[15]	Ramadhanty, D. S., Rachman, R. S., Evert, D. P., Mulyono, T. T., & Annash, P. A. (2025). Government public relations strategy to improve West Bandung perception using 4C concept. <i>TOPLAMA: Jurnal Komunikasi dan Pengabdian Masyarakat</i> , 2(3), Mei. E-ISSN: 3025-2652.
[16]	Sakti, T. A., & Deslia, I. F. (2024). Analisis isi konten marketing akun instagram@mop. Beauty dalam meningkatkan engagement followers. <i>Syntax Idea</i> , 6(9), 4023-4036.
[17]	Santoso, I., & Saptaria, L. (2025). ANALISIS PEMANFAATAN INSTAGRAM DAN WHATSAPP DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN BISNIS KATERING JANLEKOH KITCHEN. <i>Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta</i> , 6(02), 210-223.
[18]	Saraswati, D. A., & Hastasari, C. (2020). Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok. co dalam Mempertahankan Brand Engagement. <i>Jurnal Biokultur</i> , 9(2), 152-171.
[19]	Sari, H., Arso, N. F. L., & Setiaboedi, A. P. (2022). Perancangan strategi peningkatan keterlibatan pelanggan di media sosial. <i>J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri</i> , 17(1), 13–21.

[20]	Sugiyono. (2024). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Cet. ke-30). Alfabeta. ISBN: 978-8433-64-0
[21]	UNESCO. (2009). Indonesian Batik. Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity. https://ich.unesco.org/en/RL/indonesian-batik-00170
[22]	Utami, C. M., & Hastuti, M. A. S. W. (2024). Analisis strategi pemasaran batik ecoprint dalam meningkatkan penjualan di Toko Syamsinar Tulungagung. Jurnal Economina, 3(7), 728–734.
[23]	Wahdiniwaty, R., Firmansyah, D., & Suryana, N. (2023). Strategi pemasaran digital: Perspektif teoritis dan praktik. Purbalingga: Eureka Media Aksara. ISBN: 978-623-151-124-9.
[24]	Wahyudi, W., Mukrodi, M., Sugiarti, E., Marayasa, I. N., & Mawardi, S. (2022). Mengenal pemasaran digital dan marketplace: Solusi meningkatkan penjualan di masa pandemi Covid-19. Jurnal PKM Manajemen Bisnis, 2(1), 44–53.
[25]	Zoehirfan, M. F., & Wulandari, A. (2024). Perancangan strategi periklanan dengan konten social media marketing menggunakan Instagram @asyraaf_official pada UMKM Asyraaf Official Store tahun 2023. Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Kenangan & Bisnis Syariah, 6(3), 3133–3141.
[26]	Zulfa, I., Putri, I. P., & Juddi, M. F. (2024). Analisis strategi komunikasi pemasaran pada media sosial Instagram @Shellasaukiaofficial: Dalam bentuk buku karya ilmiah. Universitas Telkom.