

DAFTAR PUSTAKA

- Aliansyah, Muhammad Rifqi Ali, D. S. F. (2014). Forever Young. *eProceedings of Management*, 4(3). Diambil dari https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=strategi+komunikasi+pemasaran+instagram&oq=strategi+komunikasi+pemasaran+ins#d=gs_qabs&t=1673630886743&u=%23p%3DUIDxU4a6R8sJ4
- Anisyahrini, R., dan Bajari, A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Pengelola Clothing Line di Instagram. *PROfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(2), 237. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i2.18920>
- APJII. (2020). *Survei APJII 2019-2020 (Q2)*.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- As'ad, H. A.-R. (2014). The Impact of Social Media marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan. *Journal Society of Interdisciplinary Business Research*, 3(1).
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Canggara, H. (2017). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Carr, C. T., dan Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1). <https://doi.org/Doi:10.1080/15456870.2015.972282>
- Dahono, Y. (2021). Data: Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020- 2021.
- Effendy, O. U. (2006). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Enterprise, J. (2013). *100 Aplikasi Android Paling Dahsyat*. Jakarta: Elexmedia Komputindo.
- Evans, D., dan Mckee, J. (2013). *Social Media Marketing: The Next Generation Of Business Engagement*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- IGTV. (n.d.). Diambil dari https://business.instagram.com/a/igtv?locale=id_ID
- Kelly, L., Kerr, G., Drennan, J. (2010). Avoidance of advertising in social networking sites: the teenage perspective. *J. Interact. Advert.*, 10(2), 16–27.
- Kent, M. L. (2013). Using Social Media Dialogically: Public Relations Role in

- Reviving Democracy. *Public Relations Review*, 39(4), 337–45.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2013.07.024>
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisaso, komunikasi pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Rahman, I. A., dan Panuju, R. (2017). Fair N Pink. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 214–224. Diambil dari
https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=strategi+komunikasi+pemasaran+instagram&oq=strategi+komunikasi+pemasaran+ins#d=gs_qabs&t=1673630787981&u=%23p%3DgQEOF-M6izIJ
- Reels. (n.d.). Diambil dari https://business.instagram.com/instagram-reels?locale=id_ID
- Rizal, V. Z. (2014). *Social Media Marketing Twitter Terhadap Terbentuknya Brand Image Restoran Burger*. Pekanbaru: Universitas Riau.
- Rizaty. (2022a). Pengguna Instagram Dunia. Diambil dari
<https://databoks.katadata.co.id/>
- Rizaty. (2022b). Pengguna Instagram Indonesia. Diambil dari
<https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9738-juta-pengguna-instagram-pada-oktober-2022>.
- Santoso, A. P. (2017). *Pengaruh konten Post Instagram terhadap onlineEngagement. Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita*. Institut Teknologi Sepuluh November.
- Severin, W. J., dan Tankard, J. W. (2008). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode dan Terpaan di dalam Media Massa*, terj. Sugeng Hariyanto. Jakarta: Kencana.
- Soyomukti, N. (2010). *Pengantar Sosiologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Syahreza, M. F., dan Tanjung, I. S. (2018). Motif dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED. *Jurnal Interaksi*, 1, 72–73.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.

Zarella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta Anggota IKAPI.