

DAFTAR PUSTAKA

Adhanisa, C., & Fatchiya, A. (2017). Efektivitas website dan instagram sebagai sarana promosi kawasan wisata berbasis masyarakat. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat*, 1(4), 451-466.

Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur penelitian : suatu pendekatan praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.

Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita

Belch, G. E., & Belch, M. A. (2003). *Advertising and Packaging, An integrated Marketing Communications Perspective*. 168.

Bungin, Burhan. (2006). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.

Effendi, O. U. 2003. *Ilmu Teori & Filasafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Effendy, Onong Uchjana, 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya

Hari Niryawan. 2007. *Dasar-Dasar Hukum Media*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Harrison, L. (2016). *Metodologi penelitian politik*. Prenada Media.

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407834/pengguna-aktif-medsos-ri-170-juta-bisa-main-3-jam-sehari> (Diakses pada tanggal 5 Mei 2021)

<https://www.ruangguru.com/blog/ruangguru-tutup-tahun-2020-dengan-melayani-lebih-dari-22-juta-pengguna-di-indonesia> (Diakses pada tanggal 24 Juli 2021)

Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25-32.

Iseri, Zeynep Mervi and Robert K. Logan. 2016. "Laws of Media, Their Environments and Their Users: The Flip of the Artifact, Its Ground and Its Users." *MDPI Philosophies* 1(2)

Kantun, S. (2017). Penelitian evaluatif sebagai salah satu model penelitian dalam bidang pendidikan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 10(2), 1-15.

Keller, K. L. (2001). *Building customer-based brand equity: A blueprint for creating strong brands* (pp. 3-27). Cambridge, MA: Marketing Science Institute.

Kinanti, S. P., Putri, B. P. S., & Kom, S. I. (2017). Pengaruh media sosial Instagram@ zapcoid terhadap brand equity Zap Clinic. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 53-64.

Kurniawan, P. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh. *Competence: Journal of Management Studies*, 11(2).

Kriyantono, R., & Sos, S. (2006). *Teknik praktis riset komunikasi*. Prenada Media.

Littlejohn, S.W & Foss, K.A. (2009). *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication (9th ed)*. Jakarta: Salemba Humanika

Morissan, (2015). *Teori Pengantar Individu Hingga Massa*, Jakarta: Prenada Media Group

Muhson, A. (2006). Teknik analisis kuantitatif. *Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta*.

<https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2021/01/> (Diakses pada 4 November 2021)

Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Nasrullah, R. (2016). *Teori dan riset media siber (cybermedia)*. Kencana.

Nurudin, N. (2017). *Pengantar Komunikasi Massa*. RajaGrafindo Persada.

Pulizzi, J. (2013). *Epic content marketing: How to tell a different story, break through the clutter, and win more customers by marketing less*. McGraw-Hill Education.

Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan via Social Media*. Elex Media Komputindo.

Putri, P. K. (2016). Aplikasi Pendekatan-Pendekatan Persuasif Pada Riset Komunikasi Pemasaran: Iklan Melibatkan Penciptaan dan Penerimaan Pesan Komunikasi Persuasif Mengubah Perilaku Pembelian. *Jurnal The Messenger*, 8(1), 1-16.

Qadri, N. A. (2017). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (Studi Deskriptif Kualitatif pada Pelangi RR)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).

Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Richard West, Lynn H. Turner (2007). *Introducing Communication Theory Analysis and Application* (Boston: Mc Graw Hill)
- Santoso, S. (2008). *Panduan lengkap menguasai SPSS 16*. Elex Media Komputindo.
- Sudayat, R. I. (2012). *Pengertian Promosi*. *Pengertian Promosi*, 1.
- Sugiyono. (2008). *Metode penelitian pendidikan:(pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2012). *Prosedur Uji Hipotesis Untuk Riset Ekonomi*. Bandung: Alfabeta.
- Suprayogo, I., & Tobroni. (2001). *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*. Remaja Rosdakarya.
- Stanley J. Baran, Dennis K. Davis, *Teori Komunikasi Massa Edisi 5*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2018)
- Syahrum, S., & Salim, S. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Wahidmurni, W. (2017). *Pemaparan metode penelitian kualitatif*.
- West, Richard dan Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika, 2018
- Young, R. O. (2016). *Persuasive Communication: How Audiences Decide*. United Kingdom: Taylor & Francis.
- Yusup, F. (2018). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1).