

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abdillah, L. A. (2022). Peran Media Sosial Modern. Bening Media *Publishing*.
- Ardianto, E. &. (2011). Komunikasi massa: Suatu pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Atmoko, D. B. (2015). Instagram Handbook. Media Kita.
- Belch. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective (11th ed.)*. New York: McGraw-Hill Education.
- Creswell, J. W. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. New York: SAGE.
- Creswell. (2013). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. New York: SAGE.
- Hermawan, A. (2021). Komunikasi Pemasaran: Strategi, Konsep, dan Aplikasi. . Jakarta: Salemba Empat.
- Kominfo RI. (2018). Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah. Kominfo RI.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Miles, H. d. (2014). *Qualitative Data Analysis. American*. New York: SAGE.
- Morissan, M. A. (2013). *Teori komunikasi: Individu hingga massa*. Jakarta: Prenada Media.
- Mulyana, D. (2014). Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, I. (2023). Skripsi: Strategi Membangun Brand Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Brem Mekarsari Wonogiri. Ponorogo: Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Prastiwi, D. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: Penerbit Kencana.

- Pulizzi. (2013). *Epic Content Marketing: How to Tell a Different Story, Break through the Clutter, and Win More Customers by Marketing Less*. New York: McGraw-Hill Education.
- Purwanto, S. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif: Pendekatan Fenomenologi, Grounded Theory, dan Etnografi*. Jakarta: Penerbit PT Remaja Rosdakarya.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2018). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Susanto, P. (2013). *Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop (Studi Deskriptif Kualitatif Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop)*. UPN Veteran Jatim.
- Universitas Medan Area Press. (2022). *Media Sosial Inovasi Pada Produk & Perkembangan Usaha*. Universitas Medan Area Press.

### **Jurnal**

- Agustina. (2016). Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja Di Sma Negeri 3 Samarinda. *Journal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman*, 4(3), 36-45.
- Angghit Nurpadila, E. S. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Melalui Konten Sosial Media Instagram. *Journal Of Social Science Research*, 3(3), 1-11.
- Christiani, T. E. (2020). Analisis Strategi Media Sosial Dalam Membangun Brand Image (Studi Pada Instagram Fujifilm Indonesia). *Jurnal Visi Komunikasi*, 19(1), 75-85.
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2016). Social media and body image concerns: Current research and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 9, 1-5.

- Iga Mauliga Mulitawati, M. R. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran produk polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). *Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 4(1), 23-38.
- Kurniawan, P. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh. *Jurnal Kompetensi*, 11(2), 223-224.
- Muhammad Atha Ramaputra, S. A. (2021). Analisis Strategi Kreatif Konten Promosi Usaha Foodies Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, 5(2), 67-81.
- Ngafifi, M. (2014). Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan*, 2(1), 1-11.
- Putri D.W., D. M. (2017). Analisis Strategi Perencanaan Pesan Pada Akun Instagram E- Commerce @thekufed. The Messenger.
- Rangga, A. (2015). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi. *Jom FISIP*.

#### **Website**

- BPS Indonesia. (2022). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022*. Jakarta: BPS Indonesia.
- BPS Lampung. (2023, oktober 30). *Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Lampung, 2020 dan 2021*. Dipetik Maret 2024, dari BPS Lampung:  
<https://lampung.bps.go.id/statictable/2023/10/30/555/jumlah-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-umkm-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-lampung-2020-dan-2021.html>
- CNN Indonesia. (2021, Maret 26). *30 Juta UMKM Bangkrut, 7 Juta Orang Kehilangan Kerja*. Dipetik Maret 2024, dari CNN Indonesia:  
<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210326124010-92-622407/30-juta-umkm-bangkrut-7-juta-orang-kehilangan-kerja>
- Databoks. (2023, November 28). *Indonesia Jadi Negara dengan Pengguna Instagram Terbanyak ke-4 di Dunia*. Dipetik Maret 2024, dari Databoks:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/28/indonesia-jadi-negara-dengan-pengguna-instagram-terbanyak-ke-4-di->



