

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Fattah Nasution. (2023). *METODE PENELITIAN KUALITATIF* (M. Dr. Hj. Meyniar Albina, Ed.; 1st ed.). CV. Harfa Creative.
- Adawiyah, B. R., & Boer, K. M. (2023). ANALISIS CUSTOMER ENGAGEMENT PADA AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM BEDA SEPATUNYA. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4(3), 1523–1540. <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i3.368>
- Aditya Maulana Syahputra, J. E. T. F. (2025). *STRATEGI DIGITAL MARKETING LARITTA BAKERY SURABAYA DALAM UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS MELALUI INSTAGRAM @LARITTABAKERY*. 8 nomor 1.
- Catur, Nurhadi, S., & Candrasari, Y. (2019). *BUKU METODE ANALISIS MEDIA SOSIAL BERBASIS BIG DATA* (1st ed.). SASANTI INSTITUTE.
- Catur, O. :, Nurhadi, S., & Candrasari, Y. (n.d.). *BUKU METODE ANALISIS MEDIA SOSIAL BERBASIS BIG DATA*.
- Deddy Mulyana. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Muchlis, Ed.; 21st ed.). PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Dr. Didik Hariyanto, M. S. (2023). *Buku Ajar Komunikasi Pemasaran* (M. T. M. Ferry Adi Darma, Ed.; 1st ed.). UMSIDA Press.
- Erkan Yuksel, C. C. C. (2022). *CURRENT STUDIES IN COMMUNICATION* (Simge Sullu Durul, Ed.). LITERA TURKI ACADEMIA.

- Hadi, D. F., Zakiah, K., & Bandung, I. (2021). STRATEGI DIGITAL MARKETING BAGI UMKM (USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH) UNTUK BERSAING DI ERA PANDEMI. *COMPETITIVE*, 16(1).
<http://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/competitive>32
- Ido, D., Hadi, P., Si, M., Wahjudianata, M., Sos, S., Med, M., Kom Inri, I., & Indrayani, S. I. P. (2021). *KOMUNIKASI MASSA* (Tim Qiara Media, Ed.; 1st ed.). CV. Penerbit Qiara Media. www.google.com
- Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING DI PERUSAHAAN CIPTA GRAFIKA. *JURNAL ECONOMINA*, 2(8), 1970–1978. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.699>
- Intan Primasari, Yuniati, U., & Adnan, S. (2023). The Digital Marketing Through Instagram to Increase Online Engagement (Virtual Ethnographic Study with Cyber Media Analysis on Rotiyu's Instagram Account). *ARRUS Journal of Social Sciences and Humanities*, 3(6), 803–815.
<https://doi.org/10.35877/soshum2335>
- Iqball, M., & Sembiring, E. B. (2024). Analisis Video Reels Terhadap Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Engagement Media Sosial Instagram @ruasjaricoffee. In *Journal of Applied Multimedia and Networking (JAMN)* (Vol. 8, Issue 1). <http://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JAMN>
- Karunia H, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92–104. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>

- Kisnu, A., Muhsi, D., Akramul, B., Mohammad, U., Al, W., Fathorrozi, W., & Umamah, A. N. (n.d.). *Social Media Analytics: Konsep dan Penerapannya dengan Rapid miner/Orange*. www.ypsimbanten.com
- Kisnu, A., Muhsi, D., Akramul, B., Mohammad, U., Al, W., Fathorrozi, W., & Umamah, A. N. (2022). *Social Media Analytics: Konsep dan Penerapannya dengan Rapid miner/Orange* (S. Abdul Rosid, Ed.; 1st ed.). Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju. www.ypsimbanten.com
- 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>
- Meliya, U. H., Putri, D., Akib, S., Daud, R. F., Rosemary, R., Muhammad Athalarik, F., Rachmi Adiarsi, G., Puspitasari, M., Muthahari Ramadhani, M., & Rochmansyah, E. (2022). *PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI*. www.penerbitwidina.com
- Mochamad Altha Daffa. (2022). *STRATEGI PROMOSI MEDIA KOMINFO PADANG PANJANG DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI MEDIA SOSIAL*.
- Novita, D., Lia, M. M., Lina, F., & Permatasari, S. E. B. (2023). *DIGITAL MARKETING STRATEGI KEBERLANJUTAN UMKM DI ERA DIGITAL* (1st ed.).

- Nursapia Harahap. (2020). *BUKU METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF* (Dr. Hasan Sazali M.A, Ed.; 1st ed.). Wal ashri Publishing.
- Saldina, I., & Anjarsari, N. (2022). PENERAPAN DIGITAL MARKETING DI INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN PADA TOKO KUE NAK MBAREP DI KEPATIHAN TULUNGAGUNG. In *Jurnal Mahasiswa Akuntansi UNITA* (Vol. 2, Issue 2).
- Saleh, S., Pd, S., & Pd, M. (2017). *ANALISIS DATA KUALITATIF* (Hamzah Upu, Ed.). Pustaka Ramadhan, Bandung.
- Samsinar. (2017a). *Komunikasi Antar Manusia* (M. I. K. Dr. Hermansyah, Ed.; 1st ed.).
- Samsinar. (2017b). *Komunikasi Antar Manusia* (M. I. K. Dr. Hermansyah, Ed.; 1st ed.).
- Setiawan, J., Damanik, D., & Gadjah Mada, U. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN KOMBINASI* (S. Kep. , M. K. Ns. Arif Munandar, Ed.; 1st ed.). PENERBIT MEDIA SAINS INDONESIA.
<https://www.researchgate.net/publication/363094958>
- Suharnanik, S., & Km, M. S. (n.d.). *BUKU AJAR PENGEMBANGAN KOMUNITAS* PENERBIT UWKS PRESS.
- Suharti Suharti, & Makroen Sanjaya. (2023). Pemanfaatan Instagram Di Star Radio Tangerang. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 1(4), 32–43.
<https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v1i4.1500>

Sulistyawati, S. S., & Mph., Ph. D. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian Kualitatif* (1st ed.). K-Media.

Suwatno. (2018). *Komunikasi Pemasaran Kontekstual* (Nunik Siti Nurbaya, Ed.; 1st ed.). Simbiosis Rekatama Media.

Tamrin, M., Riska Andreani Syafaruddin, A., & Muhammadiyah Sidenreng Rappang, U. (2024). *STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA USAHA SEBLAKMOMMY789 KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG*. 17(2).
<https://doi.org/10.46306/jbbe.v17i2>

