

## DAFTAR PUSTAKA

- Abiyyuansyah, F., Kusumawati, A., & Irawan, A. (2019). ANALISIS IMPLEMENTASI STRATEGI CONTENT MARKETING DALAM MENINGKATKAN CUSTOMER ENGAGEMENT (Studi pada Strategi Content Marketing Amstirdam Coffee Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 80.
- Andrews, J. C., & Shimp, T. A. (2018). *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications 10th Edition*. Boston: Cengage Learning.
- Azhar, A. W., & Nasrun, H. (2020). *Menulis Laporan Penelitian Bagi Peneliti Pemula*. Selayo: Insan Cendekia Mandiri.
- Blakeman, R. (2018). *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION CREATIVE STRATEGY FROM IDEA TO IMPLEMENTATION THIRD EDITION*. Maryland: Rowman & Little eld.
- Butar Butar, C. R., & Ali, D. S. (2018). Strategi Personal Branding Selebgram Non Selebriti. *PROfesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2016). *Digital Marketing Sixth Edition*. United Kingdom: Pearson Education Limited .
- Chakti, A. G. (2019). *THE BOOK OF DIGITAL MARKETING*. makasar: Celebes Media Perkasa.
- Chan, A., & Astari, D. (2017). The Analysis of Content Marketing in Online Fashion Shops in Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 226.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. USA: SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed methods Approaches Fifth Edition*. California: SAGE Publications.
- Dahono, Y. (2021, Februari 15). *Data: Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021*. Retrieved from BeritaSatu: <https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021>
- Daymon, C., & Holloway, I. (2011). *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications second edition*. New York: Routledge.
- Dewi, S. N., & Nuzuli, T. (2017). PERAN PROMOTIONAL MIX SEBAGAI VARIABEL MODERASI ORIENTASI PELANGGAN DAN ORIENTASI PESAING TERHADAP KINERJA PEMASARAN (Studi Empiris pada UKM Rumah Makan di Kabupaten Sragen) . *JURNAL BIDANG ILMU EKONOMI*.
- Ekarina. (2020, Desember 9). *Transformasi Bisnis Media di Era Digital Terus Bergulir*. Retrieved from Katadata.co.id: <https://katadata.co.id/ekarina/brand/5fcfc332efab0/transformasi-bisnis-media-di-era-digital-terus-bergulir>

- Evans, D. (2012). *Social Media Marketing An Hour a Day Second Edition*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Fadillah, S. N., & Setyorini, R. (2021). ANALISIS IMPLEMENTASI STRATEGI CONTENT MARKETING DALAM MENCIPTAKAN CUSTOMER ENGAGEMENT DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM WAKAF DAARUT TAUHIID BANDUNG. *MENARA Ilmu*.
- Fimansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: Qiara Media.
- Firmansyah. (2021, April 12). *7 Jenis Konten Untuk Ide Postingan Di Instagram*. Retrieved from Starngage: <https://starngage.com/7-jenis-konten-untuk-ide-posting-di-instagram/>
- Georgieva, A., & Djoukanova, A. (2014). *Content Marketing: New Opportunities for Building Strong Brands Online*. Lund University.
- Gityandraputra, D. (2020, May 25). *Instagram Influencer Marketing: Paid Ads vs Organic Reviews*. Retrieved from Marketing Craft: <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/instagram-influencer-marketing-paid-ads-vs-organic-reviews>
- Graham , K. (2018, October 31). *WHAT ARE PAGEVIEWS?* Retrieved from MonetizeMore: <https://www.monetizemore.com/blog/what-are-pageviews/>
- Gumilar, G., Adiprasetyo, J., & Maharani, N. (2017). LITERASI MEDIA: CERDAS MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL DALAM MENANGGULANGI BERITA PALSU (HOAX) OLEH SISWA SMA. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Gunawan, J. (2020, October 6). *Panduan Lengkap Content Marketing*. Retrieved from Meson Digital Marketing Agency: <https://meson-digital.com/blog/digital-marketing/content-marketing/>
- Gunelius, S. (2011). *30-MINUTE SOCIAL MEDIA MARKETING Step-by-Step Techniques to Spread the Word About Your Business Fast And Free*. United States: Mc Graw Hill.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). PENGARUH INFLUENCER MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL ERA MODEREN (SEBUAH STUDI LITERATUR). *Jurnal EKSEKUTIF*.
- Hasian, I., & Putri, I. (2021). Analisis Elemen Desain Grafis dari Visual Konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau dari Teori Retorika. *Jurnal Magenta, STMK Trisakti*.
- Helianthusonfri, J. (2019). *Belajar Social Media Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- IDN Research Institute. (2019). *Indonesia Millennial Report 2019 Memahami Perilaku Millennial Indonesia dan cara terbaik untuk menggali potensi mereka untuk membangun bangsa kita*. Jakarta: IDN Media.
- Iman, M. (2020, Juni 14). Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial. *IPTEK*, pp. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial>.
- iMarketology. (2020, May 19). *Mengapa Sebaiknya Melakukan Riset di Awal Pembuatan Konten?* Retrieved from Marketing Craft:

- <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/mengapa-sebaiknya-melakukan-riset-di-awal-pembuatan-konten>
- Insani, C. N., Hidayat, D. R., & Zulfan, I. (2019). Pemanfaatan Insta Story Dalam Aktivitas Jurnalistik Oleh Majalah Gadis. *Kajian Jurnalisme*, 46.
- Jain, N. (2019, August 7). *Digital Up Starts*. Retrieved from The Impact of Content Marketing On The Brand Image: <https://digitalupstarts.com/the-impact-of-content-marketing-on-the-brand-image/>
- Kingsnorth, S. (2016). *Digital Marketing strategy An integrated approach to online marketing*. United Kingdom: KoganPage.
- KOMINFO. (2018, Januari 19). *Ini Cara Mengatasi Berita “Hoax” di Dunia Maya*. Retrieved from KOMINFO.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Seventeenth Edition*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14E*. New Jersey: Pearson Education, Inc.,.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: KENCANA.
- Lestarysca, & Febriana, P. (2013). KONSTRUKSI CITRA PEREMPUAN DALAM MEDIA ONLINE (Analisis Framing Rubrik Fashion Website Wolipop). *KANAL*.
- Macarthy, A. (2015). *500 Social Media Marketing Tips: Essential Advice, Hints, and Strategy for Business: Facebook, Twitter, Pinterst, Google+, Youtube, Instagram, LinkedIn, and More!* United Kingdom: Createspace Independent.
- Miles, J. (2019). *Instagram Power Build Your Brand and Reach More Customer With Visual Influence*. United States: McGraw-Hill .
- Mubarok , I. (2019, January 16). *Apa Itu Content Marketing? Mengapa Penting Bagi Suatu Bisnis?* Retrieved from Niagahoster: [https://www.niagahoster.co.id/blog/apa-itu-content-marketing/#Bentuk-Bentuk\\_Content\\_Marketing](https://www.niagahoster.co.id/blog/apa-itu-content-marketing/#Bentuk-Bentuk_Content_Marketing)
- Nabila, D. (2020). Media 4.0 Harapan Generasi 21. In D. Nabila, O. Elvaretta, G. Zahira, M. D. Syarief, M. R. Saputra, U. Mulyani, . . . F. P., *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*. Malang: Intelingensia Media.
- Pandrianto, N., & Sukendro, G. G. (2018). Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement. *Jurnal Komunikasi*, 169.
- Pulizzi, J. (2014). *Epic Content Marketing How To Tell Different Story Break Through Thhe Clutter, And Win More Customer By Marketing Less*. United States: MC Graw Hill Education.
- Rohadian, S., & Amir, M. T. (2019). UPAYA MEMBANGUN CUSTOMER ENGAGEMENT MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi kasus: online shop yang menjual produknya sendiri). *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*, 180.
- Roxeanne. (2020, April 10). *Strategi Marketing yang Terus Berubah Seiring Perkembangan Zaman*. Retrieved from Kompasiana:

- <https://www.kompasiana.com/roxeanne/5e907b40d541df2d55714c82/strategi-marketing-yang-terus-berubah-dengan-seiring-perkembangan-zaman>
- Rustan, S. (2009). *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Santoso, P. Y., & Toruan, R. R. (2018). STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM REBRANDING HSBC INDONESIA UNTUK MEMBENTUK BRAND AWARENESS. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5.
- Setiawan, E. (2021, maret 31). Strategi Content Marketing pada akun media sosial instagram Fimela.com. (C. Crisda, Interviewer)
- Siregar, U. (2018, Mei 03). *Mengapa Berita Tentang Seleb Lebih Diminati?* Retrieved from DW Indonesia: <https://www.dw.com/id/mengapa-berita-tentang-seleb-lebih-diminati/a-43540974>
- Siswanto, M., & Fahriannur, A. (2016). Google Trend Untuk Analisis Pasar Bisnis Online & Pemilihan Keyword Pada E-Commerce Web. *Seminar Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Dana BOPTN*, 272.
- Smith, J., & Harvidsson, P. (2017). *Content Marketing's effect on customer engagement*. University of Borås.
- Smith, R. D. (2017). *Strategic Planing For Public Relations 5th Edition*. New York: Routledge.
- Starone. (2016, February 15). *Pentingnya Warna Terhadap Marketing dan Branding*. Retrieved from Starone Digital Creative Media: <https://staronedigital.com/2016/02/15/pentingnya-warna-terhadap-marketing-dan-branding/>
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyatna, I., & Djailani, M. F. (2020, Agustus 25). *Media Cetak Mulai Ditinggalkan, Masyarakat Beralih ke Media Online*. Retrieved from Suara.com: <https://www.suara.com/bisnis/2020/08/25/181636/media-cetak-mulai-ditinggalkan-masyarakat-beralih-ke-media-online>
- Turner, G. (2019). *Content Marketing: Proven Strategies to Attract an Engaged Audience Online with Great Content and Social Media to Win More Customers, Build your Brand and Boost your Business*. USA: Erwin Ronel Cruz.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social Media Marketing 3rd Edition*. Singapore: SAGE Publication Ltd.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik) . *Jurnal Sekretaris dan Manajemen*.
- Yin, R. K. (2014). *Case Study Research Design and Methods 5 edition*. United Kingdom: SAGE Publications, Inc.
- Zaenudin, A. (2018, Februari 19). *Beda Perilaku Laki-laki dan Perempuan dalam Menggunakan Internet*. Retrieved from tirto.id: <https://tirto.id/beda-perilaku-laki-laki-dan-perempuan-dalam-menggunakan-internet-cEWT>