

DAFTAR PUSTAKA

- Adhimah, S. (2020). Peran orang tua dalam menghilangkan rasa canggung anak usia dini (studi kasus di desa karangbong rt. 06 rw. 02 Gedangan-Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Anak*, 9(1), 57–62.
<https://doi.org/10.21831/JPA.V9I1.31618>
- Anilawati, H. C. L. (2022). *Penerapan Konten Sosial Media Marketing Pada Instagram Fathforce Tahun 2022 Application Of Social Media Marketing Content On Instagram Fathforce In 2022*.
- Anita, S. Sos. , M. A. , C. S. B. (2023). *Entrepreneurship Communication - Google Books*.
https://www.google.co.id/books/edition/Entrepreneurship_Communication/_rYEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Ansa, G. A., & Susanti, A. (2023). Penerapan Komunikasi Pemasaran Digital Menggunakan Model Sostac dalam Mempromosikan Hijab Amalia Collection melalui Instagram. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 1(1), 15–15. <https://doi.org/10.47134/JBKD.V1I1.1907>
- Aryani, I. D., & Murtiariyati, D. (2022). INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN PADA A.D.A SOUVENIR PROJECT. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2). <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.479>
- Santosa, S., & Luthfiyyah, P. (2020). PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI GAMEFIELD HONGKONG LIMITED. *Pro Mark*, 10(1).
<https://ejurnal.ulbi.ac.id/index.php/promark/article/view/734>
- Butsi, F. I. (2019). MEMAHAMI PENDEKATAN POSITIVIS, KONSTRUKTIVIS DAN KRITIS DALAM METODE PENELITIAN KOMUNIKASI. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 2(1), 48–55.
<https://doi.org/10.62144/JIKQ.V2I1.27>
- Chaffey, D. & C.-E. (2022). *Digital Marketing_Eight Ed_Chaffey and Chadwick (2022).pdf - Google Drive*.
https://drive.google.com/file/d/1RI_BfTNtnoCY4bXhsdrt1JnA_c70wDDN/view
- Estiana, R., Karomah, N. G., & Setiady, T. (2022). *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada UMKM*. 17.
<https://books.google.co.id/books?id=X6uIEAAAQBAJ>

- Hamida, K. M., & Indri Rachmawati. (2023). Strategi Konten Produk Kalaborasi Melalui Instagram. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 3(1). <https://doi.org/10.29313/bcscm.v3i1.5446>
- Irsyad, N. ', Nuryasin, L., & Setyawan, S. (2023). PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN (STUDI KASUS PADA AKUN INSTAGRAM @LIMELITERENTALKAMERA & @SOLOLENSA). *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8(4), 816–831. <https://doi.org/10.52423/JIKUHO.V8I4.118>
- Juhi, Z., Program, K., Bimbingan, S., Islam, P., Dakwah, F., Universitas, D. K., & Jannati, Z. (2023). KONSELING INDIVIDU DENGAN TEKNIK SELF-MANAGEMENT UNTUK MENGURANGI PERILAKU AGRESIF PADA SANTRI (STUDI KASUS KLIEN “A” YANG MENJADI KORBAN BROKEN HOME). *EDUCATIONAL JOURNAL : General and Specific Research*, 3(2), 246–257. <https://adisampublisher.org/index.php/edu/article/view/341>
- Lingga Ananta Kusuma Putra, G., Pasek Putra Adnyana Yasa, G., Studi Desain Komunikasi Visual, P., & Tinggi Desain Bali, S. (2019). KOMIK SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI PROMOSI DALAM MEDIA SOSIAL. *Jurnal Nawala Visual*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.35886/NAWALAVISUAL.V1I1.1>
- Maesaroh, S., Bahagia, B., & Kamalludin, K. (2021). Strategi Menumbuhkan Literasi Lingkungan Pada Siswa. *Jurnal Basicedu*, 5(4).
- Maryolein, S., Hapsari, N. D., Oktaviani, R. C., & Tinggi, S. (2019). INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS JAKARTA AQUARIUM. *Avant Garde*, 7(1), 19–41. <https://doi.org/10.36080/AVG.V7I1.849>
- Mulyadi, R., Sani, E. P., Nicholas, N., & Tamara, T. (2023). Pengaruh Fitur-fitur Instagram Terhadap Pemasaran Supp.Id pada Platform Social Media Instagram. *Journal of Social Science and Digital Marketing*, 3(1), 1–8. <https://doi.org/10.47927/JSSDM.V3I1.507>
- Ningrim, F. K., & Syarah, M. M. (2018). Instagram Dan Twitter Sebagai Strategi Humas Pt Jasa Marga (Persero) Tbk Dalam Meningkatkan Pelayanan. *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Da'wah*, 2(2).
- Nur, A., & Tutiasri, R. P. (2022). PEMANFAATAN INSTAGRAM @DAPURBALIKPAPAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI KULINER KOTA BALIKPAPAN. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut*:

- Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 8(2), 871–884.
<https://doi.org/10.52434/JK.V8I2.1452>
- Nur'aini, R. D. (2020). PENERAPAN METODE STUDI KASUS YIN DALAM PENELITIAN ARSITEKTUR DAN PERILAKU. *INERSIA Informasi Dan Ekspose Hasil Riset Teknik Sipil Dan Arsitektur*, 16(1), 92–104.
<https://doi.org/10.21831/INERSIA.V16I1.31319>
- Nurhayati, A. & R. R. D. (2023). *Pemanfaatan Reels Instagram Untuk Meningkatkan Fungsi Informasi di Perpustakaan PEVITA | Jurnal IPI (Ikatan Pustakawan Indonesia)*.
<https://jurnal.ipi.web.id/jurnalipi/article/view/167>
- Nuryana, A., Pawito, P., & Utari, P. (2019). PENGANTAR METODE PENELITIAN KEPADA SUATU PENGERTIAN YANG MENDALAM MENGENAI KONSEP FENOMENOLOGI. *ENSAINS JOURNAL*, 2(1), 19.
<https://doi.org/10.31848/ENSAINS.V2I1.148>
- Salsabila, R., Salsabila Pendidikan Bahasa dan Sastra, R., Siliwangi Jl Terusan Jend Sudirman No, I., Cimahi, K., & Barat, J. (2023). Pemanfaatan Media Fitur Reels Instagram Dalam Kreativitas Menulis Puisi. *Jurnal Pendidikan Bhinneka Tunggal Ika*, 1(3). <https://doi.org/10.51903/bersatu.v1i3.241>
- Sanjaya, A. S. (2020). PENGARUH DIMENSI SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP MINAT BELI CLIMATETHIRTY. *Jurnal Performa : Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 5(4), 272–278.
<https://doi.org/10.37715/JP.V5I4.1780>
- Setiyaningsih, S., & Subrata, H. (2023). Penerapan Problem Based Learning Terpadu Paradigma Konstruktivisme Vygotsky Pada Kurikulum Merdeka Belajar. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 9(2), 2656–5862.
<https://doi.org/10.58258/jime.v9i1.5051/http>
- Sriwendiah, S., Akbar, D., Imannur Anwar, F., & Perdana Mandiri, S. (2024). Penerapan Strategi Pemasaran Digital Menggunakan Metode Sostac UMKM Kerudung Cicalengka Kabupaten Bandung. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 5042–5056.
<https://doi.org/10.37385/MSEJ.V5I2.4849>
- Sucipto, K. R. R., & Yahya, A. F. (2022). Strategi komunikasi pemasaran digital subway indonesia melalui reels instagram @subway.indonesia. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(1). <https://doi.org/10.25139/jkp.v6i1.4456>
- Suratman, Prof. Dr. B. Dr. T. S. S. P. M. S. M. S. S. W. S. P. M. P. T. P. S. P. M. P. (2019). *Kiat Sukses Pemasaran Online Bagi Petani - Google Books*.

https://www.google.co.id/books/edition/Kiat_Sukses_Pemasaran_Online_Bagi_Petani/dpoDEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0

- Suryani, N., Jailani, Ms., Suriani, N., Raden Mattaher Jambi, R., & Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, U. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. <https://doi.org/10.61104/IHSAN.V1I2.55>
- Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal QOSIM : Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1). <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>
- Susilowati, R. (2022). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI SONOKUNO KITCHEN JAKARTA. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(02), 49–56. <https://doi.org/10.56127/JUKIM.V1I02.224>
- Tiara, P. P., & Lasnawati, L. (2022). MAKNA GAYA HIDUP SEHAT DALAM PERPEKTIF TEORI INTERAKSIONISME SIMBOLIK. *Humantech : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(11), 1627–1638. <https://doi.org/10.32670/HT.V1I11.2300>
- Bate', M. M., & Nasional, P. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324. <https://doi.org/10.36778/JESYA.V2I2.108>
- Ulfathin, N. (2022). Metode penelitian kualitatif di bidang pendidikan: Teori dan Aplikasinya. In *Edukasi* (Vol. 1).
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271–278. <https://doi.org/10.31294/WIDYACIPTA.V2I2.4387>
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1).

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA