

DAFTAR PUSTAKA

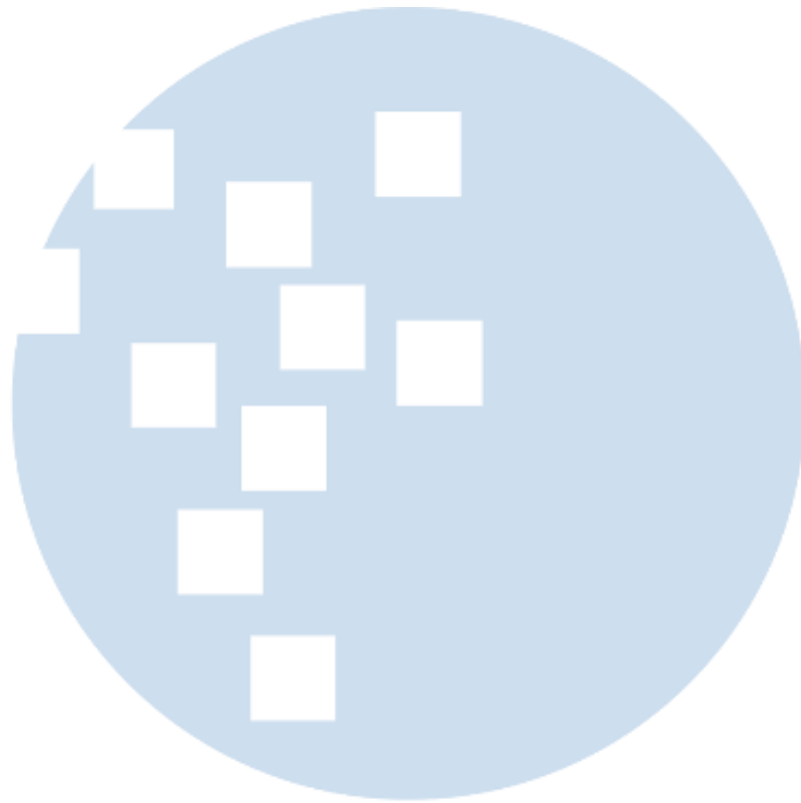
- APJII. (2016, Desember). *Hasil Survey Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017*. Retrieved from <https://www.apjii.or.id/content/read/39/342/%20Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2017>
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arsha, M. M., & Misnawati, D. (2017). Strategi Komunikasi Departemen Produksi Dalam Meningkatkan Kualitas Program Pagi – Pagi Di NET TV. *Vol 11 No 2 (2017): Jurnal Inovasi*, 79-91.
- Bororing, S., & Dwianto, A. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer Engagement Pada Followers Instagram Somethinc. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Madani Vol. 5 No. 1*, 46-57.
- Brodie, RJ, Hollebeek, L., Juric, B., & Ilic, A. (2011). Customer Engagement: Conceptual Domain, Fundamental Propositions, and Implications for Research. *Journal of Research Vol 14 No.3*.
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Carrigan, M. (2020). *Social Media For Academics*. London: SAGE.
- Clampitt, P. G. (2017). *Communication for Managerial Effectiveness: Challenges, Strategies, Solutions, Sixth Edition*. USA: SAGE.
- Cresswell, J., & Cresswell, D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Fifth Edition*. Los Angeles: SAGE Publications.

- Creswell, J. W. (2018). *30 Keterampilan Esensial untuk Peneliti Kualitatif*. Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR.
- Creswell, J. W., & Creswell Baez, J. (2021). *30 Essential Skills for the Qualitative Researcher*. Los Angeles: Sage Publications, Inc.
- Iswari, W. T. (2020). Pengaruh Strategi Marketing Communication Terhadap Brand Image PT Tokopedia. *Jurnal Kajian Komunikasi dan Studi Media Vol 9 No 2 (2020)*, 24-34.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia.
- Liliweri, A. (2014). *Sosiologi & Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mabruri, A. (2013). *Manajemen Produksi Program TV*. Jakarta: Grasindo.
- Mahoney, M. L., & Tang, T. (2017). *Strategic Social Media: From Marketing to Social Change*. UK: Wiley Blackwell.
- Merriam, S., & Tisdell, E. (2016). *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation (4th Edition)*. United States: John Wiley & Sons.
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nursyamsi, S. E., Siregar, N., & Nurahlina, N. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Toska Fashion Dalam Meningkatkan Customer Engagement Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Vol 27 No.2*.
- Nursyamsi, S. E., Siregar, N., & Nurahlina, N. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Toska Fashion Dalam Meningkatkan Customer Engagement Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi Volume XXVII No. 2*, 140-154.
- Nuruddin. (2014). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Oktaviani, V. B. (2022). Strategi Pembentukan Customer Engagement Akun @ Kamargadget Melalui Campaign Team Han Ji Pyeong. *Jurnal Komunikasi Bisnis dan Manajemen Vol. 9 No. 1*, 99-114.
- Percy, L., & Rosenbaum-Elliot, R. (2012). *Strategic Advertising Management*. Copenhagen: University of Bath.
- Putri, S. D., & Azeharie, S. (2021). Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok. *Jurnal Untar Vol. 5, No. 2*, 280 - 281.
- Rakhmadhona, N. S. (2022). NSR Skirt Marketing Communication Strategy Planning In Building Awareness Through Social Media Marketing. *Jurnal Ilmu Manajemen Profitability Vol 6 No 2*, 145-172.
- Regina, M., & Pratama, S. (2015). *Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Sababay Winery Melalui Online Marketing*. Jakarta: LSPR.
- Ricko, R., & Junaidi, A. (2019). Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion). *Journal Untar Vol. 3 No. 1 (2019): Prologia*.
- Rizaldi, A., Margareta, F., Simehate, K., Hikmah, S. N., Albar, C. M., & Rafdhi, A. A. (2021). Digital Marketing as a Marketing Communication Strategy. *International Journal of Research and Applied Technology Vol 1 No 1*, 61-69.
- Rofiah, C. (2023). *Metode Penelitian Studi Kasus*. Malang: PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Ruliana, P. (2016). *Komunikasi Organisasi Teori & Study Kasus*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sagiyanto, A., & Anwar, A. S. (2023). PEMANFAATAN REELS INSTAGRAM @BAKSO JWR UNTUK MENINGKATKAN CUSTOMER ENGAGEMENT. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Vol. 4 No. 2*, 75-82.

- Samsu. (2017). *METODE PENELITIAN: (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development)*. Jambi: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).
- Setiawan, M. R., & Rachamawti, I. (2019). Strategi Digital Content Marketing Eiger Melalui Media Sosial Instagram. *Unisba Vol 5 No.2*.
- Sugiarto, E. (2015). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Suaka Media.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutamaji, Pareno, S. A., & Putranto, T. D. (2018). Pola Q-Marketing Perspektif Komunikasi Pemasaran The Q Marketing Pattern On Marketing Communication Perspective. *Journal Of Communication Studies Vol 3 No 1 Maret 2018*, 91-106.
- Suwendra, D. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan, dan Keagamaan*. Bali: Nilacakra.
- Tarigan, R. (2024). Media Pembawa Perubahan : Tinjauan atas Teori Ekologi Media. *Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 1, No. 1*, 1-10.
- Utami, T., Aesthetika, N. M., Abadi, T. W., & Kiyosov, S. U. (2023). Optimizing Instagram for Brand Communication and Customer Engagement. *ICNSSE*, 359-364.
- We Are Social Indonesia*. (2024). Retrieved from wearesocial: <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>
- Wekke, I. S. (2019). *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Gawe Buku.
- Wiwesa, N. R., Pramulia, D., & Setiawati, R. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek Melalui Instagram (Studi Kasus Salah Satu Kedai Kopi di Depok Jawa Barat). *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan Volume 4, NO. 2*, 108-127.

York, A. (2018, July 17). *Best Time To Post On Social*. Retrieved from <https://sproutsocial.com/insights/best-times-to-post-on-social-media/>



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA