

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, B. (2024). Pemasaran Media Sosial. 2.
- Auriga, H. S., & Harahap, H. (2024). Manajemen Komunikasi Krisis PT. Evos Esports Indonesia Dalam Menjaga Citra Perusahaan Start Up Di Era Bubble Burst. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6151-6162.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design : Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (5th Edition.)*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE Handbooks of Qualitative Research (5th Edition)*. SAGE PUBLISHING.
- Dewi Apsari, C., & Rahyuda, I. K. (2019). Peran Brand Imagemediasi Hubungan Kredibilitas Celebrity Endorser Dengan Niat Beli. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud)*.
- Erdoğan, Z. İ., Esen, G., & Arslan, M. K. (2023). Online Esports Engagement:. *Athens Journal of Sports*, 1-17.
- GarudaKu. (2024). *LIGA 2 ESPORTS NASIONAL 2024 (L2EN 2024)*. Diambil kembali dari GarudaKu: <https://garudaku.com/tournaments/liga-2-esports-nasional-2024-l2en-2024>
- Hamdani, A. I. (2024). Gaya Komunikasi Komunitas BRIC Esports dalam Upaya Meningkatkan. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 172-178.
- Iwan, Purwatiningsih, & Sopyan. (2025). Analisis Peran Influencer Marketing dalam Membangun Brand Awarenessdan Kepercayaan Konsumenpada Generasi Z. *Optimal: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*.
- Ixonesport. (t.thn.). *Profil Instagram*. Diambil kembali dari Instagram: <https://www.instagram.com/ixonesports?igsh=YjFhbnplbzFvOTc0>
- Ixonsofiaesport. (2023). Mari Berkenalan Dengan Ixon Esports. Surabaya, East Java, Indonesia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Harlow: Pearson.
- Kriyantono, R. (2024). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Kencana.

- Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang). 85.
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manjaemen Komunikasi*, 18-33.
- Leonardo, & Pandrianto, N. (2024). Menentukan Strategi Komunikasi Tim dalam Game Online Mobile Legends (Studi Kasus Tim INFINITY) . *Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanagara*, 617-623.
- Lozano-Blasco, R., Mira-Aldaren, M., & Gil-Lamata, M. (2023). Social media influence on young people and Children: Analysis on Instagram, Twitter and Youtube. *Comunicar: Media Education Research Journal*.
- Lubis, K. F. (2024). Business Strategy Analysis in Increasing Viewers. *Institut Teknologi Bandung*.
- Lun, H. (2022, March 26). *Sejarah dan Keadaan Esports Indonesia*. Diambil kembali dari CXO Media: <https://www.cxomedia.id/art-and-culture/20220325115614-24-174291/sejarah-dan-keadaan-esports-indonesia>
- Mahsus, A. I., & Febriana, P. (2024). Analysis of Bigetron E-Sports Team Branding Strategy Via The Instagram Platform. *Jurnal Spektrum Komunikasi (JSK)*, 203-215.
- Mamanua, S. E. (2024). Analysis of Fan Engagement and Community Building:. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 9062-9076.
- Pratama, P. (2021). Pengaruh Parasocial Interaction pada Minat Pembelian. *Jurnal Ilmiah Sosial dan Politik*.
- Putra, A. M. (2021). Penggunaan Media Sosial Facebook, Twitter dan YouTube untuk Membangun Consumer Brand Relationship oleh Merek-Merek di Indonesia. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*.
- Rabbani, F. Z., & Wati, R. (2024). Komunitas dan Interaksi Penonton Pada Siaran Langsung di Kanal Youtube Naplive. *HUMANUS: Journal Sosiohumaniora Nusantara*, 409.
- Revaliana, A., & Susiliawaty, L. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Consumer Brand Engagement dan Brand Knowledge: Studi Empiris Pada Akun Instagram Menantea. *Ultima Management*.
- Ridlo, U. (2023). *Metode Penelitian Studi Kasus : Teori dan Praktik*. Jakarta: Publica Indonesia Utama.

- Rizky, N., & Setiawati, S. D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Haloa Cafe Sebagai Komunikasi Pemasaran Online. 180-185.
- Subagio, V. A. (2024). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Pada Kedai Loeang Kopi Surabaya. *Ranah Research : Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 364.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social Media Marketing*. London: SAGE Publication Ltd.
- Wahyudi, F., & Kencana, W. H. (2024). Instagram Content Strategy For Esports Events @MPL.ID.OFFICIAL in Increasing Esports Tourism. *JOURNAL OF HUMANITIES, SOCIAL SCIENCES AND BUSINESS (JHSSB)*, 414-430.
- Yin, R. K. (2023). *Studi Kasus Desain & Metode*. Indramayu: Penerbit Adab.
- Yonatan, A. Z. (2024, October 5). 95% Pengguna Internet Indonesia Bermain Video Games. Diambil kembali dari GoodStats:
<https://goodstats.id/article/95-pengguna-internet-indonesia-bermain-video-games-82uYx>

