

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2018). *Strategic Market Management* (11th ed). Wiley Inc.
- Abidin, C., Highfield, T., & Leaver, T. (2020). *nstagram: Visual Social Media Cultures*. Polity Press.
- Amalia, C. D. (2020). Pengaruh Content *Marketing* di Instagram Stories @LCHEESEFACTORY Terhadap Minat Beli Konsumen. *Journal Komunikasi*, 7(1), 1–11.
- APJII. (2022). Survei APJII: Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang Artikel ini telah tayang di Bisnis.com dengan judul ‘Survei APJII: Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang. *Bisnis Tekno*.
<https://teknologi.bisnis.com/read/20230308/101/1635219/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>
- Bateman, S. (2016). Bateman, S. (). *Digital marketing strategies for powerful online results*. Global Marketing Press.
- Chaffey, D., & Chadwick, E. F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson Education.
- Chelsea, Zhafira, F., Putra, J., Susana, & Delia, Z. (2022). Pengaruh Penggunaan Belanja Online Masyarakat Indonesia: Sebelum, Selama dan Sesudah Pandemi COVID-19. *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains dan Sosial Humanioral*, 1(1), 1–17.
<https://doi.org/10.11111/nusantara.xxxxxxx>
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran produk dan merek* (1st ed). Qiara Media.
- Husnawati. (2017). *Pengaruh Brand Awareness dan Persepsi Kualitas Terhadap Buying Decision Sepeda Motor Honda*. Universitas Islam Negri Alauddin Makassar.

- Kriyantono, R. (2022). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif* (2nd ed). Prenada Media Group.
- Moleong, L. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Pandrianto, M., & Sukendro, S. (2018). Strategi Content *Marketing* dalam Pengembangan Branding Media *Digital*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 111–125.
- Purwitasari, I., Basarah, F. F., & Dewanggi I.B, A. P. (2024). Social media as a tourism promotion tool: the case of @thelodgemaribaya. , 8(3), . *Jurnal Studi Komunikasi*, 8(3), 748–759. <https://doi.org/10.25139/jsk.v8i3.7718>
- Quesenberry, K. A. (2019). *Social media strategy: Marketing, advertising, and public relations in the consumer revolution* (2nd ed). Rowman & Littlefiel.
- Rahyadi, R. (2024). Peran Kompetensi Tim dalam Optimalisasi *Digital Marketing* UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Digitalisasi Bisnis*, 5(1), 1–13.
- Ryan, D. (2016). *Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation* (4th ed). Kogan Page.
- Schaefer, W., & Kuehlwein, J. P. (2021). *Brand Elevation: Lessons in Ueber-Branding*. 50-57.
- Serafinelli, E. (2018). *Digital Life of Instagram New Social Communication of Photography*. Emerald Publishing Limited.
- Sinulingga, S. P. B., & Nasution, M. I. P. (2024). Perkembangan Teknolgi Informasi dan Komunikasi Diera *Digital*: Perspektif Masa Depan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(12), 25–35.
- Solomon, M. R., & Tuten, T. L. (2018). *Social Media marketing*. SAGE Publications.
- Syadhana, J. P., Perbawasari, S., & Hafiar, H. (2020). Perencanaan strategi media sosial akun Instagram @ peopleattiket oleh PT . Global Tiket Network. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(1), 36–59.
- Wainira, M. A. D., Liliweri, Y. K. N., & Mandaru, S. S. E. (2021). Pemanfaatan Instagram

sebagai Media Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image. *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 10(2), 138–148.
<https://doi.org/10.35508/jikom.v10i2.3609>

We Are Social. (2025). *Hootsuite (We Are Social) Data Digital Indonesia 2024*.
<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed). SAGE Publications.

Febrianti, T., Hafiar, H., & Perbawasari, S. (2023). Tahapan strategi dan taktik media sosial Instagram *Heal Yourself*. *Jurnal Signal*, 11(2), 250–276.

Purwitasari, I., Basarah, F. F., & Dewanggi I. B., A. P. (2024). *Social media as a tourism promotion tool: the case of @thelodgemaribaya*. *Jurnal Studi Komunikasi*, 8(3), 748–759. <https://doi.org/10.25139/jsk.v8i3.7718>

Riyantie, M., Alamsyah, & Pranawukir, I. (2021). Strategi komunikasi pemasaran Kopi Janji Jiwa melalui *digital marketing* di era pandemi Covid-19. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 20(2), 255–267. <https://doi.org/10.32509/wacana.v20i2.1721>

Wainira, M. A. D., Liliweri, Y. K. N., & Mandaru, S. S. E. (2021). Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran dalam membangun *brand image* (Studi deskriptif kualitatif pada akun @kopipapaganteng).

Rahyadi, I. (2024). *Digital marketing communication, social media, competency, and marketing team members in Indonesia*. *Jurnal Studi Komunikasi*, 8(2), 430–440. <https://doi.org/10.25139/jsk.v8i2.8224>

Dissanayake, R., Siriwardana, A., & Ismail, N. (2019). *Social media marketing and customer engagement: A review on concepts and empirical contributions*. *Kelaniya Journal of Management*, 8(1).

Cholil, A. M. (2021). *150 brand awareness ideas*. Anak Hebat Indonesia.

Costello, J., & Yesiloglu, S. (Eds.). (2025). *Influencer marketing: Building brand communities and engagement*. Routledge.

Varinder, T. ., (2015). *Understanding Social Media* (Vol. 1). United Kingdom: bookboon.

McDonald, J. (2023). *Social Media Marketing Workbook: How to use Social Media for Business* (2nd ed.). Amazon.