

DAFTAR PUSTAKA

- Amali, M. T., & Wardhana, A. (2025). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PASAR KANGEN YOGYAKARTA SEBAGAI WISATA BUDAYA DAN NOSTALGIA: PENDEKATAN SOSTAC DALAM PROMOSI. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 10(2), 350–369. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v10i2.1579>
- Belsare, H. V. (2025). PESTLE ANALYSIS. *International Journal of Advanced Research*, 13(02), 608–612. <https://doi.org/10.21474/IJAR01/20411>
- Chaffey, D., & Smith, P. (2023). 788890184-Digital-Marketing-Excellence-Planning-Chaffey-e-Smith.
- Fernandi, M., Saputro, R. J., Mariam, I., Kurniasari, R., Niaga, A., & Jakarta, N. (2025). STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MENGGUNAKAN METODE SOSTAC UNTUK MENINGKATKAN ENGAGEMENT RATE AKUN INSTAGRAM @SAHABAT.PETANI. In *Indonesian Marketing Journal* (Vol. 5, Issue 2).
- Haddad, D. A., & Erik. (2025). *Perancangan Strategi Digital Marketing Menggunakan Media Sosial Instagram Dengan Metode SWOT Dan SOSTAC (Studi Kasus : Nailbysiska)*. 4(1). <https://journal.unpas.ac.id/index.php/pasinfo>
- Hasniaty, Budi Harto, Wirawan Istiono, Zen Munawar, Alexander Waworuntu, Meilani Tri Hapsari, Johni S Pasaribu, Hadiansyah Ma'sum, Leili Kurnia Gustini, Hana Rengganawati, Dani Anggoro, Arief Yanto Rukmana, & Angga Aditya Permana. (2023). *SOCIAL MEDIA MARKETING*. www.globaleksekutifteknologi.co.id
- Hidayah, N., Sopian, T., Aziz M. Nauval, Feby Nur Ikawardani, Flavia Domitilla Fausta, Inggit Salsabila Putri, M. Hafidz Annazly, & Salma Nabila M. (2021). Strategi Pemasaran Media Sosial Destinasi Pariwisata Menggunakan Pendekatan SOSTAC. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 5(2), 57–75. <https://doi.org/10.34013/jk.v5i2.408>
- Irwanto, J., Murniarti, W., & Fauziyah, A. (2021). *Optimization of Digital Marketing Strategy with Implementation of SOSTAC Method*.
- Lee, E., Lee, J.-A., Moon, J. H., & Sung, Y. (2015). Pictures Speak Louder than Words: Motivations for Using Instagram. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(9), 552–556. <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0157>
- Mulyana, A., Vidiati, C., Agung Danarahmanto, P., Agussalim, A., Apriani, W., Putu Ari Aryawati, N., Adi Noer Ridha, N., Astria Milasari, L., Fernando

- Siagian, A., & Margareta Martono, S. (2024). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*.
<https://repository.penerbitwidina.com/publications/588188/metode-penelitian-kualitatif#id-section-content>
- Nazulfa, I. (2023). *PERANCANGAN STRATEGI DIGITAL MARKETING MELALUI INSTAGRAM DAN TIKTOK DENGAN METODE SOSTAC GUNA MENINGKATKAN JUMLAH MERCHANT YANG BERGABUNG PADA STARTUP PICNICKER*.
<http://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/6968>
- Rahman, M. A. Al. (2024). *Buildup Content Marketing and Its Role in B2C and B2B Strategies*.
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58, 89–97.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.059>
- Siswanto, E., Amelia Hayati, Mp., Husna Farhana, Ms., Dra Susi Andriani, Mp., Aries Yulianto, Ms., Yuana Tri Utomo, Ms., Trisnowati Rahayu, M., Maria Fransiska Darlen, M., Musta, Ms., Listiani, Ss., Fitriana Sam, N., Adrianus Trigunadi, Mp. S., & Sipriana Wau, C. (2024). *BUKU AJAR METODE PENELITIAN KUALITATIF*.
<https://repository.penerbiteureka.com/media/publications/571393-buku-ajar-metode-penelitian-kualitatif-2a779820.pdf#:~:text=PENERBIT%20CV.EUREKA%20MEDIA%20AKSARA,Dr.%20Amelia%20Hayati%2C%20SSi.%2CMT.%2CMSi>
- Solomons, D., Kliphuis, T., & Wadley, M. (2022). *eMarketing : The Essential Guide to Marketing in a Digital World (7th ed.)*. Red & Yellow Creative School of Business.
- Suprayitno, D., Ahmad, A., Tartila, T., Sa'dianoor, S., & Aladdin, Y. A. (2024). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF: Teori Komprehensif dan Referensi Wajib bagi Peneliti*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Yang, C. (2021). Research in the Instagram Context: Approaches and Methods. *The Journal of Social Sciences Research*, 71, 15–21.
<https://doi.org/10.32861/jssr.71.15.21>
- Yudianto, F., Azaroh, U., Kurniastuti, I., Herlambang, T., Informasi, S., & Bisnis, E. (2025). PENINGKATAN BRAND AWARENESS PADA SOSIAL MEDIA INSTAGRAM UNGGUL SMART LIVING MENGGUNAKAN METODE SOSTAC. *Jurnal Teknologi Informasi*, 6(2).
<https://doi.org/10.46576/djtechno>

Yulita, H. (2017). PENGARUH BAURAN PEMASARAN PARIWISATA
TERHADAP KEPUTUSAN UNTUK BERKUNJUNG. *Jurnal Hospitality
Dan Pariwisata, Vol. 2.*
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30813/jhp.v2i2.903>



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA