

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifuddin. 1998. Metode Penelitian, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.
- Bungin, Burhan, 2001. Metodologi Penelitian Sosial, Surabaya. Airlangga University Press.
- Kasali, Renaldi.1995.Manajemen Periklanan, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia, Jakarta. Pustaka Utama Grafiti.
- McQuail ,Denis.2011. Teori Komunkasi Massa, Jakarta. Salemba Humanika
- Morissan.2012 Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Nasrullah, Rulli.2016. Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi, Bandung. Simbiosis Rekatama Media
- Sugiyono. 2013 Metode Penelitian Bisnis, Bandung, PT. Alfabeta Bandung.

SUMBER ONLINE / REFERENSI ONLINE

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/instagram> (diakses pada tanggal 14 desember 2019) diakses november 2019

<http://www.kaiamedia.com/pengertian-vlog> (di akses pada tanggal 25 desember 2019.)

<https://kbbi.we.id/kini.html> (di akses pada tanggal 25 desember 2019)

<https://kbbi.web.id/strategi.html> (diakses 26 oktober 2019)

<https://www.pelajaran.co.id/2017/02/pengertian-strategi-menurut-para-ahli-terlengkap.html> (diakses 26 oktober 2019)

<https://kbbi.web.id/kreatif.html> (diakses 26 oktober 2019)

<https://dosensosiologi.com/pengertian-kreatif-dan-contohnya/> (diakses 26 oktober 2019)

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/instagram> (diakses pada tanggal 14 desember 2019).