

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Abdurrachman, Oemi. 2001. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Citra Adhitya Bakti.

Andrew F. Wood & Matthew J. Smith. (2005). *Online Communication: Linking Technology, Identity and Culture*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Assumta, Sr Maria Rumanti. (2002). *Dasar-Dasar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Grasindo

Atmoko, B. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Mediakita.

Bungin, Burhan. (2008). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Cutlip, Center & Broom. (2006). *Effective Public Relation. Ninth Edition*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

I Made Winartha. 2006. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Gaha Ilmu

Jefkins, Frank. (1996). *Public Relation: edisi Keempat*. Jakarta: Erlangga.

Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Onggo, Bob Julius. 2005. *Cyber Public Relations*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo

Puntoadi, Danis. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Skripsi dan Thesis:

Banjarsari, Yudhi Gumbiro. (2018). "*Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Page Down Cloth Maker*". Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Mafiroh, Fauziah. (2019). "*Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh Akun @tamanwisatagenilangit Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Taman Wisata Geni Langit*". Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Permatasari, Gita. (2016). "*Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Produk Olahan Pertanian "Yoghurt Cimory"*". Skripsi. Institut Pertanian Bogor

Paramitha, Cindy Rizal Putri, 2011. "*Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner*". Thesis, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Purnama, Hadi. (2011). *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication*. Jakarta: Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.

Jurnal:

Herlina. Novi. (2017) “Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat”, *Jurnal Risalah Vol. 4, NO. 2. Oktober*

Yusuf, Yusmar. (2017). *Instagram Sebagai Gaya Hidup Masyarakat Kota Pekanbaru (Studi Komunitas Instagram Di Kota Pekanbaru). JOM FISIP Vol. 4 No. 2 Oktober*