

## DAFTAR PUSTAKA

- Alkatili, A. A., Saputra, A. B., Zahra, A., Nugraha, R. A., Prehanto, A., & Maesaroh, S. S. (2022). Analisis Penggunaan Hashtag di Instagram dalam Meningkatkan Penjualan pada Usaha Thrift. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 1(4), 206-216.
- Aryanti, D., Herawati, M., Firjatullah, N. F., Juhaida, I. S., Latifah, A., & Kurniawan, K. S. (2022). Analisis Pengaruh Waktu Upload Konten terhadap Engagement Akun Media Sosial. *The Journal Gastronomy Tourism*, 6(1), 1-7.
- Amin, Aqil Aulia Wafda, Inasa Ori Sativa, and Oktaviana Purnamasari, 'Analisis Social Media Marketing Dalam Membentuk Brand Loyalty Sepatu Lokal Di Masa Pandemi Covid-19', *Persepsi: Communication Journal*, 5.1 (2022), 75-86
- Budimansyah, B. (2024). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN INFLUENCER MARKETING DAN INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION ERIGO UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi (JIMEA)*, 1(2), 99-106.
- Darmayanti, Luh Putu Eka, and Agus Putu Abiyasa, 'Adaptasi Social Media Marketing Sebagai Strategi Mempertahankan Eksistensi Di Tengah Pandemi Covid-19', *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 13.2 (2022), 252-66
- David, Andreas, Pandu Binawan, David Sundaram, and Tanty Oktavia, 'Content Analysis of Instagram Visual Feeds as Marketing Media in the Covid-19 Pandemic Era: A Study on @kopijanjijiwa', *Jakarta: Journal BINUS University*, 1 (2022), 13-1 <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.26356.22406>
- El-Haq, S. N., & Nurtjahjani, F. (2023). Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Somethinc Di Tiktok Shop. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 20-25.
- Firdaus, Alfian, 'Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tokopedia (Studi Kasus Di Kota Depok)', *EProceedings of Management*, 8.6 (2021)
- Maharani, Almira Suci, 'Media Informasi Di Ranah Media Sosial: Perubahan Karakteristik Dan Peran Jurnalistik Sebagai Media Baru', *PERSPEKTIF*, 11.2 (2022), 710-17
- Mariana, Clara V, Haetami M R Fahmi, and Lalu Muhamad Reza Padila, 'ANALYSIS OF NEW MEDIA THROUGH SOCIAL MEDIA NETWORKS AS A MARKETING TOOL IN THE NEW ERA', *KOMUNIKE: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 14.2 (2022), 163-72
- Mellyan, M, 'Social Media Marketing; Strategi Komunikasi Bisnis Era Digital (Studi Analisis Portal TaniFund.Com)', *At-Tanzir: Jurnal Ilmiah Prodi Komunikasi Penyiaran Islam*, ISSN:2085-255X., 2020, 1-11
- Moleong, Lexy J, 'Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung', *Pariwisata Pedesaan Sebagai Alternatif Pembangunan Berkelanjutan (Laporan Penelitian Hibah Bersaing Perguruan Tinggi) Yogyakarta*, 2012
- Ningsih, Andria, and Delfi Hurnis, 'Peran Word of Mouth Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner', *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 7.1 (2024), 923-32
- Nugroho, A. A., & Wardijono, B. A. (2023). Analysis of the effectiveness of using hashtags on B & Y Studio Instagram accounts with social media analytic. *International Research Journal of Advanced Engineering and Science*, 9(1), 15-20.
- Putra, I Komang Angga Maha, and Kadek Angga Dwi Astina, 'Pemanfaatan Media Instagram Multiple Post Sebagai Sarana Edukasi Berbasis Visual Bagi Warganet', *Jurnal Nawala Visual*, 1.2 (2019), 113-21

- Priadiana, A., & Murdiyanto, A. W. (2020). Analisis Waktu Terbaik untuk Menerbitkan Konten di Instagram untuk Menjangkau Audiens (Analysis of the Best Time to Post a Content in Instagram to Reach the Audiences). *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Vol, 24*.
- Putri, I. K., & Ardiansah, I. (2024). Visual guideline media sosial Instagram untuk penerapan elemen identitas yang konsisten. *Jurnal Desain, 11*(3), 630-646. <https://doi.org/10.30998/jd.v11i3.20244>
- Rahman, Wan Nurhayati Abdul, Dilip S Mutum, and Ezlika M Ghazali, 'Consumer Engagement with Visual Content on Instagram: Impact of Different Features of Posts by Prominent Brands', *International Journal of E-Services and Mobile Applications (IJESMA)*, 14.1 (2022), 1–21
- Sabella, Cintya, and Dewi Deniaty Sholihah, 'Pemanfaatan Instagram Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Di Kelurahan Gunung Anyar Tambak', *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat, 2.3* (2024), 44–53
- Santoso, Didik Haryadi, and Heri Budianto, 'Penerapan New Media Technology Pada Televisi Berbasis Internet SoloPos TV', *Jurnal Visi Komunikasi, 15.1* (2018), 79–95
- Shayegan Fard, Mohammad Javad, and Fatemeh Karimi, 'When Is the Most Effective Time to Post on Instagram to Increase Engagement Rate?', *International Journal of Web Research, 6.2* (2023), 43–55
- Solis, Brian, *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web* (John Wiley & Sons, 2013)
- Suparna Wijaya, S E, *Pajak Penghasilan Atas Giveaway* (Penerbit Adab, 2021)
- Widiastuti, Nela, 'Berita Viral Di Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Media Massa Konvensional', *Jurnal Digital Media Dan Relationship, 1.1* (2019), 23–30