

DAFTAR PUSTAKA

- Aryati, Khairunisa Putri. 2023. Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Okupansi Di Sahid Raya Hotel & Convention Yogyakarta. Sekolah Tinggi Pariwisataampta Yogyakarta.
- Brodie, R. J., Hollebeek, L. D., Jurić, B., & Ilić, A. (2011). Customer engagement: Conceptual domain, fundamental propositions, and implications for research. *Journal of Service Research*, 14(3), 252–271.
- Chandra, C.N, & Wulan Purnama Sari. (2021). Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Engagement (Studi Pada Akun Instagram LazadaID). *Jurnal Prologia*. Vol. 5, No. 1. Hal 191-197.
- Haidar, Naura Fidaus, & Martadi Martadi, 2021. Analisis Konten Visual Post Instagram Riliv Dalam Membentuk Customer Engagement. *BARIK*, 2(2), 121–134.
- Martini, N. K. A., Wulandari, N. L. A. A., Premayani, N. W. W., & Purwaningrat, P. A. (2022). Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Retention Dengan Customer Engagement Sebagai Variabel Intervening. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 2(3), 905-911.
- Maspuroh, U., Dewi, L., & Putri, R. (2022). Analisis Konten Kebahasaan pada Media Sosial Instagram @akubahasa.id sebagai Sarana Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Indonesia di Era Digital. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(11), 1796–1807.
- Nurudin. (2020). Media sosial sebagai alat komunikasi massa. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Nuryati, N., & Fauziati. (2021). Pendekatan Konstruktivisme dalam Kebijakan Pembelajaran
- Nusantara, Elang Apriliansyah Putra, et al. "Analisis Konten Instagram@Wirawirisuroboyo Sebagai Media Komunikasi Dan Informasi." *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 11.1 2024
- Pujileksono, Sugeng. (2015). Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif. Hal.151-152.
- Qadri, M.A.A. (2023). ANALISIS PENGELOLAAN INSTAGRAM DALAM PENYEBARAN INFORMASI MENGGUNAKAN TEORI THE CIRCULAR MODEL SOME (Studi Kasus Instagram @universitasteknologisumbawa Periode Januari – Maret 2023). *Jurnal AL-DYAS*. Vol. 2, No. 3. Hal: 686-710.

- Sawhani, Dhiraj Kelly, and M. Se. Digital marketing: brand images. Scopindo Media Pustaka, (2021)
- Sidik, M. F. (2024). Analisis Kolaborasi Konten Instagram The Sage dengan Influencer. [Skripsi, Universitas Telkom].
- Sulastiyono, A. (2011). Manajemen penyelenggaraan hotel: Seri manajemen usaha jasa sarana pariwisata dan akomodasi. Bandung: Alfabeta.
- Yulianda, Nindy, Moehammad Iqbal Sultan, and Muhammad Akbar. "Analisis Konten pada Akun Tiktok@ dr. ziee sebagai Media Edukasi Perawatan Kulit." Jurnal Penelitian Inovatif 4.3 2024.
- Administrasi Dan Manajemen, J., Khalil, I., & Saggaff Shihab, M. (n.d.). *Pengaruh Konten dan Copywriting Instagram Terhadap Brand Awareness dan Keputusan Pembelian*. <http://ejournal.urindo.ac.id/index.php/administrasimanajemen/index>
- Hardiana, C. D., & Kharisma, D. T. (2025). Pengaruh Pemasaran Konten (Content Marketing) dan (Customer Engagement) Terhadap Minat Beli Menantea Pada Instagram Official Menantea di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 86–106. <https://doi.org/10.56145/ekobis.v5i1.303>
- Pangesti, D., & Hidayanto, A. N. (2024). Engagement Masyarakat dan Content Analysis terhadap Akun Instagram Lembaga Kementerian. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(3), 1631–1646. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i3.14876>
- Septrian, A. A., & Nirmala, A. (2025). ANALISIS ISI KONTEN SOSIAL MEDIA DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT PADA AKUN INSTAGRAM @mercurymediagroup.id. In *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi* (Vol. 05, Issue 04).
- Vioentina, N. P. V. (2024). *Implementasi content marketing Instagram terhadap customer engagement pada The Ritz-Carlton, Bali* [Skripsi]. Politeknik Negeri Bali.
- Ashari, R. M. H., & Sitorus, O. F. (2023). Pengaruh content marketing terhadap customer engagement. *Jurnal EMT KITA*, 7(1), 38–46.
- Septiyani, D. A. (2024). *Evolusi Public Relation di Era Digital: Strategi Untuk Membangun Reputasi di Dunia Maya*. *Journal Media Public Relations*, 4(1), 1–12.
- Hakiki, M. D. F. (2020). *Customer engagement dalam praktik Public Relations Grab Indonesia: Studi kasus penggunaan media sosial daring oleh Grab Indonesia* (Skripsi S1, Universitas Gadjah Mada). Repository UGM.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2019). *Effective Public Relations* (11th ed.). Pearson.