

DAFTAR PUSTAKA

- Abid, M., Zamzami, R., Prabowo, G. A., Komunikasi, J., Penyiaran, D., Fakultas, I., Adab, U., & Dakwah, D. (2022). *PENGUNAAN AKUN INSTAGRAM @beritamagetan SEBAGAI MEDIA INFORMASI (Perspektif Uses and Gratification)*. Magetan.
- Al Rahmah, F., Hafiar, H., & Ryanto Budiana, H. (2022). Pengelolaan Aktivitas Media Sosial Instagram @cimahikota oleh Pemerintah Kota Cimahi. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(1), 131–134. doi: 10.33366/jkn.v4i1.145
- Ananta Setya. (2024). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Untuk Membangun Identitas Merk Salt N Pepper*. Semarang.
- Belch E. George, & Belch A. Michael. (2021). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (11th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- DRS. Kasemin, K. M. Si. A. D. (2016). *PARADIGMA TEORI KOMUNIKASI DAN PARADIGMA PENELITIAN KOMUNIKASI* (1st ed.). Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Fajriah, T., & Ningsih, R. E. (2024). PENGARUH TEKNOLOGI KOMUNIKASI TERHADAP INTERAKSI SOSIAL DI ERA DIGITAL. *Merdeka Indonesia Jurnal International*, 4(1), 149–156.
- Feroz, A. K., Khan, G. F., & Sponder, M. (2023). *Digital Analytics for Marketing* (2nd ed.). New York: Routledge.
- Freberg Karen. (2021). *Social Media for Strategic Communication: Creative Strategies and Research-Based Applications* (2nd ed.). SAGE Publication.
- Honebein, P. C. (1993). *2 Seven Goals for the Design of Constructivist Learning Environments*. New York.
- Irawati, D., Natsir, N. F., & Haryanti, E. (2021). Positivisme, Pospositivisme, Teori Kritis, dan Konstruktivisme dalam Perspektif “Epistemologi Islam.” *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(8), 870–880.
- Kaysa, N., & Andiyasari, P. (2023). Strategi Public Relations Bening’s Clinic Yogyakarta Dalam Menjaga Citra Melalui Media Sosial Instagram Akun @beningsclinic_yogyakarta. *Jurnal Penelitian Inovatif (JUPIN)*, 3(3), 1–10.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011a). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251.

- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011b). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251.
- Luttrell, R. (2018). *Social Media: How to Engage, Share, and Connect* (1st ed.). Rowman .
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9.
- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52(4), 357–365.
- Mirza, F. (1997). *Hubungan remaja dan penyimpangan sosial* (2nd ed.). Jakrta: Asosiasi Psikologi Jakarta.
- Perloff, & Richard M. (2003). *THE DYNAMICS OF PERSUASION*. New Jersey.
- Permasih, I., Zaenal Abidin, Y., Abdul Aziz Ma, dan, Ilmu Komunikasi, J., Dakwah dan Komunikasi, F., Sunan Gunung Djati, U., & Manajemen Dakwah, J. (2018). *Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Pemerintahan Provinsi Jawa Barat*. Jawa Barat.
- Pradana, M. R., Hafiar, H., & Ryanto Budiana, H. (2020). *Pengelolaan Media Sosial Instagram sebagai Media Komunikasi PT Patra Bangun Properti Management of Instagram Social Media as a Communication Media of PT Patra Bangun Properti* (Vol. 3, Issue 3).
- Ramadhan, B. C., & Aziz, Z. (2023). Proceeding Jogjakarta Communication Conference Instagram Social Media Content Management @Beraucoal.id through CSR Program in Building Corporate Image in 2023. *Jogjakarta Communication Conference*, 3(1), 207–213.
- Retnasary, M., Dewi Setiawati, S., Fitriawati, D., & Anggara, R. (2019). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1), 76–83.
- Rijali, A. (2019). Analisa Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 1–15.
- Sefthian, S., Masduki Asbari, & Nofiyanti. (2025). Peran Media Sosial dalam Komunikasi Bisnis di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(01), 29–36.
- Stevani, N., & Junaidi, A. (2021). Pengaruh Influencer terhadap Minat Beli Produk Fashion Wanita pada Instagram. *Prologia*, 5(1), 198. doi: 10.24912/pr.v5i1.10121
- Tasruddin, R. (2015). *Strategi Promosi Periklanan yang Efektif*. Makassar.

- Vivek, d. S., Beatty Sharon, & Morgan, M. R. (2012).). Customer Engagement: Exploring Customer Relationships Beyond Purchase. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 20(2), 135.
- Waruwu, M. (2024). Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan dan Peran di Bidang Pendidikan. *Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 5(2), 198–211.
- Widada, C. K. (2018). MENGAMBIL MANFAAT MEDIA SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN LAYANAN. *Journal of Documentation and Information Science*, 2(1), 23–30.
- Wilson, A., Zeithaml, V., Bitner, jo M., & Gremler, D. (2016). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (3rd ed.). New York: McGraw Hill.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2016). MANAGING THE CUSTOMER INTERFACE. In *Services Marketing* (pp. 288–289). WORLD SCIENTIFIC (US).