

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung, N, F, A., & Darma, G, S. (2019). *Opportunities and challenges of Instagram algorithm in improving competitive advantage* , *International Journal of Innovative Science and Research Technology*.4(1), 743–747.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*. Rineka Cipta.
- Arsriani, L. A. ., & Darma, G. . (2013). Peran media sosial online dan komunitas terhadap keputusan Nasabah Bank. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 48–68.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Media Kita.
- Cangara, H. (2009). *Komunikasi politik : Konsep, teori dan strategi*. Rajawali Pers.
- Cangara, H. (2018). *Pengantar ilmu komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Daryanto. (2010). *Ilmu komunikasi*. Satu Nusantara.
- Datareportal. (2019). *Digital 2019: Global Digital Overview*. <https://datareportal.com/reports/digital-2019-global-digital-overview>
- Darmawan, A., & Djauhari, M. (2022). Strategi komunikasi Instagram Hybool dalam pemasaran wedding fotografi. *Jurnal Komunikasi*, 2(1), 8–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.37826/digicom.v2i1.258>
- Dawaweb Team, *Pentingnya CIA Triad Dalam Pengembangan Web App*, <https://www.dewaweb.com/blog/web-app-security-cia-triad/> [Diakses: 8 juli 2022]
- Dwi, R.A. (2018). *Hootsuite ( we are sosial ). Indonesian digital report*
- Endri, E. P., & Prasetyo, K. (2021). Strategi komunikasi pemasaran produk Kopi Kawa Daun Tanah Datar dalam membangun *brand awareness*. *Jurnal Audiens*, 2(1). <https://doi.org/10.18196/jas.v2i1.9836>
- Effendy, O. U. (2006). *Ilmu , Teori dan Praktek*. PT.Remaja Rosdakarya.
- Gianti, R. R. K. (2013). *Jurnalistik foto*. simbiosis Rekatama Media.
- Handika, dkk (2018). *Strategi pemasaran bisnis kuliner menggunakan influencer melalui media Instagram*. Vol 15.
- Herlina, M., Syahfitri, J., & Ilista, I. (2020). Perbedaan kemampuan berpikir kritis dan hasil belajar kognitif dengan model pembelajaran problem Based Learning Berbantuan Media Audio Visual. *Jurnal Pendidikan , Biologi Dan Terapan*, 5(01), 42–54. <https://doi.org/https://doi.org/10.33503/ebio.v5i01.666>
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Hilda, T (2019). Pengertian fotografi, sejarah, manfaat, dan jenisnya. <https://www.kata.co.id/pengertian/fotografi/2379>
- Kotler, P. (2005). *Manajemen pemasaran*. PT Indeks Kelompok Gramedia.

- Koltler, P. (2000). *Marketing management analysis, planning implementation and control. millenium edition*. PrenticeHall,inc.
- Lesmana, G.N.A (2016). *Tesis : Analisis pengaruh Media sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brand Attachment ( studi: PT.XL AXIATA)*. Universitas Indonesia.
- Littlejohn, S.W., & Foss, K. (2018). *Teori komunikasi*. Salemba humanika.
- littlejohn, S,W., K,A,F. (2009). *teori komunikasi*. Salemba humanika.
- Mahendra, H. (2013). *Pengertian dan jenis-jenis fotografi*.  
<https://spotblogdoth.blogspot.co.id/2013/01/pengertian-dan-jenis-jenis-fotografi.html>
- Mc Quaile. (2012). *Teori komunikasi massa*. Salemba Humanika.
- Prezi. (2017) (n.d.). Retrieved December 18, 2016, from <http://prezi.com/vddmcubss/social-media-definisi-fungsi-karakteristik/>
- Ryanda, K. (2018). *Instagram*. Wikipedia.  
<https://id.m.wikipedia.org/wiki/instagram>.
- Rahman, I. A., & Panuju, R. (2017). Strategi komunikasi pemasaran produk Fair N Pink melalui media sosial instagram. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 214. <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.26>
- Ruslan. (2010). *Metode penelitian: Public relation dan komunikasi*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Shimp, T. (2003). *Periklanan promosi& Aspek tambahan komunikasi pemasaran Jilid 1 ( Edisi 5)*. Erlangga.
- Sugiyono. (2005). *Memahami penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif & kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022: 104). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Suprpto, T. (2011). *Pengantar ilmu komunikasi dan peran manajemen dalam komunikasi*. CAPS.
- Swasta, I. (2003). *Manajemen pemasaran modern*. Liberty.