

DAFTAR PUSTAKA

- Anggito, A. J. S. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Asmaradewi, Y. (2019). Peran *instagram* sebagai media promosi dalam meningkatkan jumlah pengunjung pada Cafe Mas Bro. *Jurnal Mukasi*, 2. <https://eskripsi.usm.ac.id/file-B11A-9352.html>
- Atmoko, H. (2018). Strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2).
- Clow, E. (2018). *Integrated advertising, promotion, and marketing communication*. Pearson Education.
- Dwiantara, L. (2015). *Ilmu komunikasi*. Remadja Karya.
- Effendy. (2019). *Ilmu komunikasi teori dan praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Faladin, J. (2024). *Food vlogger* vs. e-WoM: preferensi kepercayaan konsumen dalam memilih tempat makan di Pekanbaru. *Mukasi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1). <https://journal.y3a.org/index.php/MUKASI>
- Hardjana, A. (2016). *Ilmu komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Himaturipa, R. (2019). Pengelolaan website sebagai media informasi publik. *Jurnal Hubungan Masyarakat*, 2. <https://doi.org/10.15575/REPUTATION.V212.233>
- Joseph, P. (2021). Strategi komunikasi pemasaran Citimall Baturaja di masa pandemi COVID-19. *Jurnal Massa Unbara*, 2(1).
- Kaesmin, K. (2016). *Paradigma teori komunikasi dan paradigma penelitian komunikasi*. MNC Publishing.
- Knipe, S. (2006). Research dilemmas: Paradigms, methods and methodology. *Issues In Educational Research*, 16(2).
- Littlejohn, S. (2009). *Teori komunikasi : theoris Of human communication*, ed. 9. Salemba Humanika.
- mepakpayo analytic account. (n.d.). Notjustanalytic.Com. <https://app.notjustanalytics.com/analysis/mepakpayo>
- Moleong, L. J., & Surjaman, T. (1989). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remadja Karya.
- Morisan. (2013). *Pengantar public relations – strategi menjadi humas profesional*. Penerbit Ramdina Prakasa.
- Mulyana, D. (2003). *Metotologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2017). *Media sosial perspektif komunikasi, budaya, dan sosisoteknologi*. Remaja Rosdakarya.
- Onggo, B. (2004). *Cyber public relations*. Elex Media Komputindo.
- Philips. (2009). *Online public pelations: a pratical guide to developing an online*

- strategy in the world of social media*. Kogan Page Limited.
- Safko, L. (2012). *The social media bible: tactic, tools and strategic for business success*. John Wiley & Sons.
- Socialblade.com. (n.d.). *Analysis instagram user*. Socialblade.Com.
<https://socialblade.com/instagram/user>
- Soegiyono. (2007). *Metode penelitian kuantatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Subagio. (2020). Pengaruh lingkungan kampus terhadap motivasi belajar. *Jurnal Ilmiah IKIP Mataram*, 2(8).
https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=yDjP1GQAAAAJ&citation_for_view=yDjP1GQAAAAJ:bEWYMUwI8FkC
- Suharno. (2016). *Komunikasi bisnis peran komunikasi interpersonal*. Remaja Rosdakarya.
- Suprpto, T. (2006). *Pengantar Teori Komunikasi*. Media Presindo.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku konsumen di era internet*. Graha Ilmu.
- Toole, L. (2015). Manajemen publik, konteks, dan kinerja: dalam pencarian teori yang lebih umum. *Jurnal Penelitian Dan Teori Administrasi Publik*, 25(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.1093/jopart/muu011>
- Widianto, T. D. (2019). Strategi kreatif produksi pesan komunitas XBank melalui akun *instagram @xbank.indonesia*. *Jurnal US*, 2.
- Widodo, E. (2015). *Manajemen pengembangan sumber daya manusia*. Pustaka Pelajar.
- Wikipedia. (2019). *Instagram*. Wikipedia.
- Winarso. (2016). Assessing the readiness of student learning activity and learning outcome. *Jurnal Pencerahan*, 10.