

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Garnida, Donni Juni Priansa & Agus. 2013. *Manajemen Perkantoran Efektif, Efisien, Dan Profesional*. Bandung: Alfabeta.
- Hardani, Hikmatul Aulia, N., Andriani, H., Asri Fardani, R., Ustiawaty, J., Fatmi Utami, E., Juliana Sukmana, D., & Rahmatul Istiqomah, R. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. ed. CV. Pustaka Ilmu Group.
- Humaizi. 2018. *Engaging Theories in Family Communication Uses and gratifications Theory*. Medan: USU Press.
- Kriyantono, Rahmat. 2014. *Teori Public Relation Perspektif Barat & Lokal*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mulyana, Dedy. 2017. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar (Revisi)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sositeknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin. 2017. *Ilmu Komunikasi Ilmiah Dan Populer*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Prajarini, Dian. 2020. *Media Sosial Periklanan-Instagram*. Deepublish.
- Puntoadi, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: PT Elex Komputindo.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2012. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Stephen W. Littlejohn, & Karen A.Foss. 2018. *Komunikasi Massa : Theoris of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal :

- Andini, Oktri. 2020. "Pengaruh Celebrity Endorse Dan Brand Image Terhadap Harga Dan Keputusan Pembelian."
- A. R., Aulia. & A. L, Yulianti. 2017. "Pengaruh City Branding 'a Land of Harmony' Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung Ke Puncak, Kabupaten Bogor." *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*.
- Andini, Oktri. 2020. "Pengaruh Celebrity Endorse Dan Brand Image Terhadap Harga Dan Keputusan Pembelian."
- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Awaeh, M. A., & Lambey, L. 2017. "Pinatik Analisis Efektivitas Penerapan Tazx Amnesty." *Jurnal EMBA*, 5(2).
- DESTHANIA, FALDA. 2022. "Efektivitas Konten dan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram @Balikpapanku Terhadap Pemenuhan kebutuhan Informasi Followers Di Balikpapan"
- Fildza Zhia, Dania Rava. 2022. "Pengaruh Brand Ambassador Blackpink Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia Di Kabupaten Bekasi)." 9(17): 73–96.
- Fitrasahati Maruti, Anggit. 2022. "Pengaruh Konten Youtube Kakak Beradik Podcast Terhadap Sikap Kepercayaan Akan Hal Mistis (Studi Kuantitatif Pada Penonton Youtube MOP Channel Di Kota Bandung)."
- Garnida, Donni Juni Priansa & Agus. 2013. *Manajemen Perkantoran Efektif, Efisien, Dan Profesional*. Bandung: Alfabeta.
- Hardani, Hikmatul Aulia, N., Andriani, H., Asri Fardani, R., Ustiawaty, J., Fatmi Utami, E., Juliana Sukmana, D., & Rahmatul Istiqomah, R. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. ed. CV. Pustaka Ilmu Group.
- Herlina, Novi. 2017. "Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat." *Jom Fisip* 4(2): 1–12.
- Humaizi. 2018. *Engaging Theories in Family Communication Uses and Gratifications Theory*. Medan: USU Press.
- Kriyantono, Rahmat. 2014. *Teori Public Relation Perspektif Barat & Lokal*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Kurniawan, Alfazri. 2021. "Efektifitas Media Sosial Dalam Komunikasi Massa (Studi Terhadap Informasi Lowongan Kerja Pada Akun Instagram @lokerriauofficial Pemko Pekanbaru Riau)."
- Kurniawan, Zikri Fachrul Nurhadi & Achmad Wildan. 2018. "Kajian Tentang

Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi.” *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian* 9.

Lidara, Anisa Winanda. 2022. “Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @Infopku_ Sebagai Media Informasi Online Kota Pekanbaru.” (5317).

Marinita, Finthariasi., Sari, Ekowati., & Rina, Krisna. 2020. “Pengaruh Kualitas Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.” *Ekoimbis Review*, 8(2).

McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.

Mulyana, Dedy. 2017. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar (Revisi)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sositeknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Nurudin. 2017. *Ilmu Komunikasi Ilmiah Dan Populer*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Prajarini, Dian. 2020. *Media Sosial Periklanan-Instagram*. Deepublish.

Puntoadi, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: PT Elex Komputindo.

Putri, Ade Irma Tyas. 2019. “Efektivitas Penggunaan Akun Instagram @Hendrarprihadi Sebagai Media Komunikasi Dengan Masyarakat Kota Semarang.” *Universitas Semarang (Skripsi)*: 1–73.

Rakhmat, Jalaluddin. 2012. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Romadhini, Sarif. 2014. “No TitleEfektivitas Penerapan Brainstorming Terhadap Peningkatan Minat Dan Prestasi Belajar Ekonomi Siswa Kelas X SMK YPKK 3 Sleman.”

Sarasak, Difdha Aurellia Belatrix Putri, and Lusya Savitri Setyo Utami. 2021. “Efektivitas Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @panncafe Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Penggemar K-Pop.” *Prologia* 5(2): 277.

Stephen W. Littlejohn, & Karen A.Foss. 2018. *Komunikasi Massa : Theoris of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Yustati, Herlina. 2019. “Efektivitas Instagram Sebagai Media Persuasi Filantropi Islam Bagi Mahasiswa.”

Sumber Lain :

Andi. 2022. "Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2022."
<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>.
Diakses pada 08 Oktober 2022

