

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, R. (2004). Metodologi penelitian sosial. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ardianto, E. (2004). Komunikasi Massa: Suatu Pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Atmoko, B. (2011). Instagram dan Pemasaran Digital. (Dalam Utari, 2017).
- Basrowi, & Sukidin. (2002). Metode Penelitian Kualitatif: Perspektif Mikro. Surabaya: Insan Cendekia.
- Batubara, J. (2017). Paradigma dalam Penelitian Sosial. Jakarta: Pustaka Setia.
- Cholil, A. M. (2020). “Konsep AIDA dan Penerapannya dalam Pemasaran Modern.” Jurnal Pemasaran, 5(2), 112–120.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). The Sage Handbook of Qualitative Research. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- DeVito, J. (Dalam Suranto, 2010 & 2011). Komunikasi Antarpribadi. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hootsuite. (2025). Laporan Pengguna Media Sosial. Hootsuite Research Report.
- Kepios. (2025). Global Social Media Usage Report. Kepios Insights.
- Littlejohn, S. W. (2016). Theories of Human Communication. Waveland Press.
- Macarthy, A. (2015). 500 Social Media Marketing Tips. CreateSpace Independent Publishing.
- Meodia, A. (2020). “Instagram Jadi Platform Pemasaran Terbesar.” Antaranews.com.

- Rakhmat, J. (2002). Psikologi Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (2004). Komunikasi Massa. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Salim, A. (2001). Paradigma Penelitian Sosial. Bandung: Angkasa.
- Salsabila, T. (2019). "Sejarah Perkembangan Instagram." Kompas Tekno.
- Sugihartati, R. (2020). Budaya Media Baru dan Gaya Hidup Remaja. Surabaya: Airlangga University Press.
- Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Administrasi. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Pendekatan Penelitian Kualitatif dan Studi Pustaka. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). Objek dan Subjek Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Suranto, A. W. (2010). Komunikasi Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suranto, A. W. (2011). Teori dan Praktik Komunikasi Antarpribadi. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tajfel, H. (1981). Human Groups and Social Categories. Cambridge University Press.
- Utari, D. (2017). "Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi Online." Jurnal Komunikasi Digital, 9(1), 1–12.
- Wright, C. R. (1993). Mass Communication: A Sociological Perspective. New York: Random House.