

DAFTAR PUSTAKA

BOOK

- Bungin, Burhan. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Edisi Kedua. Cetakan ke-5. Jakarta: Kencana
- Brogan, Chris. (2010). *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. John Wiley&Sons.
- Dailey, Patrick R. (2009). *Social Media: Finding Its Way into Your Business Strategy and Culture*. Burlington, Linkage
- Evans, Dave. (2008). *Social Media Marketing: AN hour a Day*. Indiana: Wiley Publishing
- Evans, Dave (2010). *Social Media Marketing : The Next Generation of Business Engagement*. Sybex
- Moriarty, Sandra dkk. 2011. *Advertising*. Jakarta : Kencana
- Morissan. (2010) *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta:Kencana. hal 15
- Purnama, Hadi. 2011. *Media Sosial di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication*. Jakarta : Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.

Silalahi, Ulber. 2009. Metode Penelitian Sosial. Bandung : PT Refika Aditama

Sugiyono. 2012. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. 2009. Memahami Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : CV Alfabeta

JURNAL

Aditya Putra P. (2018). Aktivitas Komunikasi Pemasaran Online Hexaimages Surabaya. Jurnal Kommas Universitas Sebelas Maret Surakarta

Aulira M, MarthA Tri dan Dini Salmiyah. (2016). Respon Konsumen Pada Strategi Komunikasi Pemasaran *Digital* Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif, Pemuda dan Olahraga di Kawasan Wisata Mandeh Kabupaten Pesisir Selatan. E-Proceeding of Management: Vol. 3 no. 2

Dhita W. P dan Maulida D. M. (2017). Analisis Strategi Perencanaan pesan Pada Akun Instagram E-Commerce @thefuked. The Messenger, Volume 9 No.1 LSPR Jakarta

Jumali. (2016) . Pengaruh Faktor *Relevant, Interesting, Timely & Entertaining* (RITE) Pada Strategi Konten di Media Sosial terhadap *Return of Influence* (ROI). FISIP UI.

Marsudi. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Interaktif Ciewie Batik dalam *Customer Engagement* . Jurnal Komunikasi Vol. XII No. 1

Nigar Pandrianto dan Gregorius G. (2018). Analisis Strategi Pesan *Content Marketing* untuk mempertahankan *Brand Engagement*. Jurnal Komunikasi Vol. 10 no.2

Syafira Putri K dan Berlian P. (2017), Pengaruh Media Sosial Instagram @Zapcoid Terhadap *Brand Equity* Zap Clinic. Jurnal Komunikasi Vol. 9 no 11

ONLINE

<https://travel.kompas.com/read/2018/01/10/090000527/tahun-2018-semakin-banyak-turis-indonesia-liburan-ke-luar-negeri> (diakses pada 14 Maret 2019)

[www. Instagram.com/Traveloka](http://www.instagram.com/Traveloka)

[www. Instagram.com/Tiket.com](http://www.instagram.com/Tiket.com)

<https://billionairecoach.co.id/bisnis-online/pengertian-content-creator> (diakses pada tanggal 2 April 2019)

<https://www.equinetacademy.com/wp-content/uploads/4-Step-Digital-Marketing-Strategy-Framework-Equinet-Academy.pdf> (diakses pada tanggal 3 April 2019)

<http://www.bristol.ac.uk/media-library/sites/style-guides/documents/web-content-strategy.pdf> (diakses pada tanggal 3 April 2019)

<https://elitemarketer.id> (diakses pada tanggal 17 Juni 2019)

<https://ekonomi.bisnis.com>