

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan e-book:

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Ansori, M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*. Airlangga University Press.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Mediakita.
- eMarketing institute. (2018). *Content Marketing: Content Marketing Fundamentals*. Copenhagen Denmark.
- Firmansyah, A. (2020). *KOMUNIKASI PEMASARAN*. Penerbit Qiara Media.
- Fitrah, M., & Luthfiah. (2018). *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Gora, R. (2019). *RISET KUALITATIF PUBLIC RELATIONS*. Jakad Media Publishing.
- Helaluddin, & Wijaya, H. (2019). *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Kriyantono, R. (2019). *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi Filsafat dan Etika Ilmunya Serta Perspektif Islam*. Prenada Media.
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Zifatama Jawara.
- Morrisan, M. (2016). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana.
- Nasrullah, R. (2016). *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)*. Kencana.
- Schuster, O. (2019). *Entrepreneurs' Acceptance of Digital Marketing-Communication Technologies: A European Study*. Deutsche Nationalbibliothel.
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Grasindo.
- Suprpto, T. (2009). *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*. Jakarta: Buku Kita.
- Suwendra, I. W. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan dan Keagamaan*. Nilacakra.
- Tarjo. (2019). *Metode Penelitian Sistem 3x Baca*. Jakarta: Deepublish.
- W, R., V, P., Kumar, & Harmelin, C. M. (2017). *Customer Engagement Marketing*. Springer International Publishing AG.

- Wijaya, H. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Wulan Sari, W. V., & Pertiwi, P. W. (2020). *Terpenjara Komodifikasi Media*. Inteligencia Media (Intrans Publishing Group).
- Yusuf, M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Prenada Media.

Jurnal:

- Anisyahrini, R., & Bajari, A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Pengelola Clothing Line di Instagram. *PRofesi Humas*, 3(2), 237-254.
- Casaló, L. V., Flavián, C., & Ibáñez-Sánchez, S. (2020). Be creative, my friend! Engaging users on Instagram by promoting positive emotions. *Journal of Business Research*, 1-10.
- Corniani, M. (2006). Digital Marketing Communication. *Symphony: Emerging Issues in Management*, 2, 41-61.
- Gupta, N., Dorfman, R., & Saadat, S. (2020). An Updated Review of Plastic Surgery-Related Hashtag Utilization on Instagram: Implications for Education and Marketing. *Jurnal Oxford University Press*, 2(2), 1-7.
- Khatimah, H. (2018). Posisi Dan Peran Media dalam Kehidupan Masyarakat. *Jurnal UIN Mataram*, 16(1), 119-136.
- Kurniawanti, D., & Hendrawan, B. (2017). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Pt. Indonesia Villajaya Dalam Upaya Membangun Loyalitas Pelanggan. *Journal of Applied Business Administration*, 1(1), 61-73.
- Kusniadji, S. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang). *Jurnal Manajemen Komunikasi Universitas Padjajaran*, 3(1), 18-33.
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi Universitas Padjajaran*, 3(1), 18-33.

- Rohadian , S., & Amir, T. (2019). Upaya Membangun Customer Engagement Melalui Media Sosial Instagram (Studi kasus: online shop yang menjual produknya sendiri). *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*, 2(4), 179-187.
- Satyadewi, A. J., Hafiar, H., & Nugraha, A. R. (2017). Pemilihan Akun Media Sosial Instagram Oleh Holiday Inn Bandung. *Jurnal The Messenger*, 9(2), 153-162.
- Sashi, C. (2012). Sashi, C.M. (2012). Customer engagement, buyer-seller relationships, and social media. . *Department of Marketing, Florida Atlantic University, Boca Raton, Florida, USA*, 50(2), 253–272.
- Utami, G. R. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer Engagement dan Loyalitas Merek pada Akun Instagram Tokopedia. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 5(2), 185-198.
- Xu, J., & Ozuem, W. (2018). Bridging the Virtual and the Real: Social Media and Customer Engagement in Luxury Fashion Brands. *International Conference on Innovative Development of E-commerce and Logistics*, 188-194.

Online:

<https://tirto.id/tips-memanfaatkan-media-sosial-untuk-branding-bisnis-saat-pandemi-fKxX> (diakses pada 29 Oktober 2020).

<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20200608180551-33-163938/armand-maulana-industri-musik-ri-terdampak-corona-90> (diakses pada 29 Oktober 2020).

<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial#:~:text=Menurut%20data%20yang%20dirilis%20Napoleon,penggunaan%20platform%20berbagi%20foto%20ini> (diakses pada 29 Oktober 2020).

<https://supermusic.id/superexclusive/supergears/mengulik-instrumentasi-musik-pop> (diakses pada 25 November 2020).