

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Z. A., Azhari, T. Z., Esfandiar, W. N., Nuryaningrum, N., Syifana, A. F. D., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17-31.
- Afrizal. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Alfansyur, A., & Mariyani, M. (2020). Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146-150.
- Andlika, V. (2019). Pengaruh anonimitas terhadap frekuensi online hate speech analisis isi akun Instagram @prabowomondardo= Influence of anonymity toward frequency of online hate speech content analysis of instagram account@ prabowomondardo.
- Arifin, B., Muzakki, A., & Kurniawan, M. W. (2019). Konsep Digital Marketing Berbasis SEO (Search Engine Optimization) dalam Strategi Pemasaran. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis*, 4(2), 87-94.
- Azzahra, N. F., & Chaerowati, D. L. (2022, August). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital. In Bandung Conference Series: Communication Management (Vol. 2, No. 2, pp. 472-479).
- Bungin, Burhan. (2021). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. (2017). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Chakti, G. A. (2019). *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital*. Makasar: Celebes Media Perkasa.
- Enterprise, Jubilee. (2022). *Instagram untuk Bisnis, Hobi, & Desain Grafis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

- Ferlitasari, R., & Rosana, E. (2020). Pengaruh media sosial instagram terhadap perilaku keagamaan remaja. *Sosio Religia*, 1(2).
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Hardani, dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Herdiansyah, Haris. (2019). *Metodologi Penelitian Kulitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial: Perspektif Konvensional dan Kontemporer*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hertantiningsih, T., Wibowo, S. K. A., & Fuady, I. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Video Endorsement Influencer Arief Muhammad Dan Tasya Farasya Di Instagram Feeds. *Jurnal Common*, 6(1), 60-72.
- Indrajit, R. E. (2020). *Literasi Digital Nusantara*. Yogyakarta: Andi.
- Karsadi. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif Membantu Peneliti dan Mahasiswa Untuk Melakukan Penelitian Naturalistik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A framework for marketing management, sixth edition, global edition*. New York City: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Kurniawan, Puguh. (2017). Pemanfaatan media sosial instagram sebagai komunikasi pemasaran modern pada batik burneh. *Jurnal Kompetensi*. 11(02):217-25.
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18-33.
- Latif, Das'ad. (2022). *Media Sosial, Suatu Alternatif*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Lestari, S, P. (2015). HUBUNGAN KOMUNIKASI PEMASARAN DAN PROMOSI DENGAN KEPUTUSAN MEMILIH JASA LAYANAN KESEHATAN. *JURNAL INTERAKSI*. Vol 4 No 2, Juli 2015.

- Malarangan, H., Salim, M., & Haekal, A. (2020). Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi Pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(2), 75-88.
- Mulitawati, Mauliga & Retnasary, Maya. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram, *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial* Vol 4 No 1 2020.
- Munandar, I., & Tambunan, A. S. (2018). Penggunaan Media Sosial sebagai Strategi Kehumasan di Kementerian ESDM Melalui Metode SOSTAC. *Jurnal Balai Pendidikan dan Pelatihan Tambang Bawah Tanah*, 18(2), 1-17.
- Muntazah, A., Novalia, N., & Emeilia, R. I. (2020). Strategi komunikasi pemasaran digital untuk meningkatkan brand loyalty pada perusahaan travel di masa pandemi covid-19 (studi kasus pada CV. Khairil Tour & Travel). *Jurnal Akrab Juara*, 5(4), 211-221.
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung (ID): Simbiosis Rekatama Media.
- Pratiwi, A., Kamila, N., & Haifa, W. (2023). KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL PRODUK CAKE AND COOKIES DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN KOMUNITAS UMKM. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(1), 72-84.
- Priansa, J. D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Puspasari, Novera & Hermawati, Tanti. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Ddalam Meningkatkan Brand Awariness Studi Kasus pada Media Pemasaran Instagram Batik Puspita Ayu, *Jurnal Komunikasi*.
- Rachmawaty, A. (2021). Strategi Marketing Menggunakan Instagram. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 7(1), 39-51.
- Sarastuti, D. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(01), 71-90.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.

- Shalihah, A. A., Juwita, R., & Hetami, A. A. (2022). ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL DALAM MEMBANGUN LOYALITAS KONSUMEN PADA KOPIRIA.
- Sholihin, Riadhus. (2019). *Digital Marketing di Era 4.0*. Yogyakarta: Penerbit Quadrant.
- Soraya, I. (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram@ Bandungmakuta). *Jurnal Komunikasi*, 8(2).
- Sucipto, K. R. R., & Yahya, A. F. (2022). Strategi komunikasi pemasaran digital subway indonesia melalui reels instagram @subway.indonesia.id. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(1), 068-078.
- Sugiharto, M., & Amalia, D. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Produk Taste-Me Melalui Instagram. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(9), 3193-3200.
- Suryana, S. (2018). Peran perguruan tinggi dalam pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Pendidikan Islam Rabbani*, 2(2).
- Tarjo. (2019). *Metode Penelitian Sistem 3x Baca*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Yulianto, Edy. (2021). *Komunikasi Pemasaran Terintegrasi*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Widokarti, R, J & Priansa J. D. (2019). *Konsumen, Pemasaran, dan Komunikasi Kontemporer*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Prospektus Polimedia
Data PMB Polimedia

Internet :

- Beritasatu.com. (2021). *Perguruan Tinggi Ciptakan SDM Unggul dan Inovatif*. Diakses pada tanggal 29 Maret 2023. <https://www.beritasatu.com/nasional/855603/perguruan-tinggi-ciptakan-sdm-unggul-dan-inovatif>
- Bpk.go.id. *Undang – undang Republik Indonesia Nomer 22 tahun 1961 tentang perguruan tinggi*. Diakses pada 25 Maret 2023. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/51255>

Bsi.ac.id. (2021). *Apa itu Tri Dharma Perguruan Tinggi*. Diakses tanggal 29 Maret 2023. <https://news.bsi.ac.id/2021/09/21/apa-itu-tri-dharma-perguruan-tinggi/>

Constine, J. (2017). Instagram's growth speeds up as it hits 700 million users. Retrieved from <https://techcrunch.com/2017/04/26/instagram-700-million-users/>

Dataindonesia.id. (2022). *Ada 3.975 Perguruan Tinggi di Indonesia per 2021, Cek Sebarannya*. Diakses pada tanggal 29 Maret 2023. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/ada-3975-perguruan-tinggi-di-indonesia-per-2021-cek-sebarannya>

Dataindonesia.id. (2022). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. Diakses pada tanggal 4 April 2023. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>

Dataindonesia.id. (2022). *Survei: Mayoritas Warga Ingin Anaknya Melanjutkan Kuliah S1*. Diakses pada tanggal 5 April 2023. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/survei-mayoritas-warga-ingin-anaknya-melanjutkan-kuliah-s1>

Goodstats.id. (2022). *Daftar Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2022*. Diakses pada tanggal 4 April 2023. <https://goodstats.id/infographic/media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2022-JpfD1>

Graham, A. B. (2013). The 60 best athletes to follow on Instagram. Retrieved from <https://extramustard.si.com/2013/01/30/the-60-best-athletes-to-follow-on-instagram/>

Kompas.com. (2022). *Definisi Pendidikan Menurut Ki Hajar Dewantara*. Diakses pada 29 Maret 2023. <https://www.kompas.com/stori/read/2022/12/23/120000879/definisi-pendidikan-menurut-ki-hajar-dewantara?page=all>

Merdeka.com. (2022). *Instagram adalah Media Sosial berbasis Foto dan Video, Pahami Fungsi dan Fiturnya*. Diakses pada tanggal 5 Mei 2023. <https://www.merdeka.com/sumut/instagram-adalah-media-sosial-berbasis-foto-dan-video-simak-penjelassannya-kln.html>

Perpusnas.com. *Undang – undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2003 Tentang sistem Pendidikan*. Diakses pada 25 Maret 2023.

Regulasi.id. *UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 22 TAHUN 1961 TENTANG PERGURUAN TINGGI*. Diakses pada 19 Agustus 2023.
<https://www.regulasip.id/book/10895/read>

setkab.go.id. *Undang – undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2003 Tentang sistem Pendidikan*. Diakses pada 19 Agustus 2023.
<https://jdih.setkab.go.id/PUUdoc/7308/UU0202003.htm>

Statistik Perguruan Tinggi 2021. Direktorat Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi.