

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek, Alih Bahasa: Aris Ananda*. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Abdussamad, Zuchri. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif. Makassar :CV Syakir Media Press*.
- Annur, Cindy. (2023). *Ada 91 Juta Pengguna Instagram di Indonesia, Mayoritas Usia Berapa?*
Retrieved from databooks:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-mayoritas-usia-berapa> (Diakses pada bulan April 2024)
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita
- Augustinah, Fedianty., dan Widayati. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong di Kabupaten Sampang*.
- Buana, A., Azizah, N., Pratami, R., & Margaretha, L. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Waroeng Ss Dalam Meningkatkan Brand Awareness Konsumen Melalui Instagram*. *Jurnal Riset Komunikasi*.
- Erwin, S.E., M.M., dkk. (2023). *Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Komalasari, Tia. (2023). *Tren Memilih Brand Lokal Meningkat pada Milenial dan Gen Z*
<https://katadata.co.id/berita/industri/6481106cb67a0/tren-memilih-brand-lokal-meningkat-pada-milenial-dan-gen-z> (Diakses pada bulan April 2024)
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Rawamangun: Prenada Media Group.

Leoni, L., Tjahjo, J. D. W., & Goenawan, F. (2021). Sikap Followers terhadap Content

Marketing di Instagram@ Secondatebeauty. Jurnal Komunikasi.

McPheat, S. (2011). *Content marketing. United Kingdom: The Internet Marketing Academy.*

Noviariansyah, Avinda. (2023). Strategi *Content Marketing* Akun @orchidpoison Dalam

Memasarkan Produk Lokal Somethinc *Skincare* di Media Sosial Twitter.

Pradana, B.C., & Atika. W., (2023). *Fashion Trends of Local Brands: Between Lifestyle and*

Representation of Nationalism Among Students.

Puspitasari, P., Tresnati, R., & Oktini, D. R. (2017). *Pengaruh Content Marketing Terhadap*

Minat Beli (Studi Pada Thirteenth Shoes Customer Bandung).

Rauf, Abdul. (2021). *Digital Marketing: Konsep dan Strategi.* Cirebon: PT. Grup Publikasi

Yayasan Insan Shodiqin Gunung Jati.

Ridho, Pandu Muhammad. (2022). *Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer*

Engagement Dengan Viral Marketing Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Shopee Di Kota Bandar Lampung).

Riyanto, G.P., & Nistanto, R.K. (2021) *Evolusi Konten Video di Instagram, dari Feed Hingga*

Reels <https://tekno.kompas.com/read/2021/11/17/18453407/evolusi-konten-video-di->

[instagram-dari-feed-hingga-reels?page=all](https://tekno.kompas.com/read/2021/11/17/18453407/evolusi-konten-video-di-instagram-dari-feed-hingga-reels?page=all) (Diakses pada bulan Mei 2024)

Rukmana, A. Y. (2023). *Creative Digital Marketing.* Surabaya: CV. Mitra Mandiri Persada.

Sendari, A.A., (2019). Instagram Adalah Platform Berbagi Foto dan Video, Ini Deretan Fitur

Canggihnya <https://www.liputan6.com/tekno/read/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya>

(Diakses pada bulan April 2024).

Situmorang, R.W., & Hayati, R. (2023). *Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Validasi dan*

Representasi Diri

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suwendra, D. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan,*

Kebudayaan, dan Keagamaan. Bali: Nilachakra.

V. Wiratna Sujarweni. 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*.

Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Wardhana, Aditya. (2020). *Branding Marketing the Art of Branding*. Bandung: CV. Media Sains

Indonesia.

Waziz, Kun. (2022). *Komunikasi Massa Kajian Teoritis dan Empiris*. Jawa Timur: UIN Khas

Press.

Wekke, I. S. (2019). *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Gawe Buku.