

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abzari, Mehdi, Reza A. Ghassemi, dan L. N. V. (2014). Analysing The Effect of Social Media on Brand Attitude and Purchase Intention: The Case of Iran Khodro Company. *Journal of Social and Behavioral Sciences*, Vol. 143, 822– 826.
- Atmoko, D. B. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Creswell, J. & Creswell, J. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. United States: SAGE Publication
- David, H. (2005). *Communication Theory: Media, Technology, and Society*. London: Sage Publications.
- Denis, M. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Diamond, S. (2015). *The Visual Marketing Revolution: 26 Kiat Sukses*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta.
- Ferdinand. (2002). *Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Feri, S. (2015). *Keajaiban Sosial Media Fantastis Menumbuhkan Visitor, Circle, Likes, Koneksi, Retweet, dan Follower*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Ganes, N. & Beer, H. (2008). *New Media: The Key Concepts*. London: Bloomsbury
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis: Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media
- Nasrullah, R. (2016). *Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. In Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Adinda, S. & Pangestuti, E. (2018). *Pengaruh Media Sosial Instagram @exploremalang terhadap Minat Berkunjung Followers ke Suatu*

- Destinasi (Survei pada Followers @exploremalang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 72 No. 1
- Elaydi, H. O. (2018). The Effect of Social Media Marketing on Brand Awareness through Facebook: An Individual-Based Perspective of Mobile Services Sector in Egypt. *Library Journal*, Vol. 5 e4977
- Elaydi, H. O. (2017). *The Impact of Social Media on Brand Awareness (With Special Reference to Facebook Use in Fast Moving Consumer Goods in Sri Lanka)*
- Hanif, M. & Astuti, S. R. T. (2018). Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Calon Konsumen Mobil Datsun di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*. Vol 7 No 1.
- Santoso, A. P., Baihaqi, I. & Persada, S. F. (2017). Pengaruh konten Post Instagram terhadap Online Engagement: Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita. *Jurnal Teknik ITS*, Vol. 6 No. 1.
- Saputra, M. W. (2017). Representasi Maskulinitas dalam Iklan Pond's Men (Analisis Semiotika Roland Barthes terhadap Representasi Maskulinitas). *Universitas Muhammadiyah Surakarta*
- Sunarti, E. A. S. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Followers (Survei pada Followers Akun Instagram @batuflowergarden.cobanrajs). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 70 No. 1

The Sounds Project *hesoundsproject*

The Sounds Project [thesoundsproject](https://thesoundsproject.com)