

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Qadir, & Ramli, M. (2024). Media sosial (definisi, sejarah dan jenis-jenisnya). *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 3(6), 2713-2724.
- Anisah, N., Sartika, M., & Kurniawan, H. (2021). Penggunaan media sosial Instagram dalam meningkatkan literasi kesehatan pada mahasiswa. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*.
- Azzahra, R. D., & Harimurti, A. (2026). Strategi public relations Cafe Rumah Kampus dalam membangun identitas *Brand* melalui Instagram. *Journal of Innovative and Creativity*, 6(1), 46-51. <https://doi.org/10.31004/joecy.v6i1.6417>
- Budihardja, L., & Sitinjak, T. (2022). Pengaruh identitas merek, citra merek, dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pada konsumen sepatu Nike di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 1-8.
- Cahya, N. N., Putriana, M., & Kholik, A. (2024). Strategi pengelolaan media sosial Instagram @idx_channel dalam menjangkau khalayak luas. *Journal of Social and Economics Research*, 6(1), 222-229.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). *Digital marketing excellence: Planning, optimizing and integrating online marketing* (5th ed.). Routledge.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed method approaches* (6th ed.). SAGE.
- Dermawansyah, M., & Rizqi, R. M. (2021). Analisis strategi komunikasi pemasaran melalui digital *marketing* pada home industri Kopi Cahaya Robusta Sumbawa. *Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa*.

Fadli, A., & Sazali, H. (2023). Peran media sosial Instagram @greenpeaceid sebagai media kampanye dalam menjaga lingkungan. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO*, 8(2), 209-222.

Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33-54.

Faizal, A. A., Naim, M., & Fauzi, A. (2022). Fenomena Instagram sebagai sarana eksistensi diri pada kelompok remaja di Kelurahan Sudimara Selatan. *Buana Komunikasi*, 3(1), 7-15.

Fiisabilillah, A. F., Sugiana, D., & Trulline, P. (2023). Strategi komunikasi pemasaran digital melalui akun Instagram @Critoe_. *Comdent: Communication Student Journal*, 1(1), 184-203.

GoodStats. (2026, January 6). 10 provinsi dengan jumlah restoran/rumah makan terbanyak. <https://data.goodstats.id/statistic/10-provinsi-dengan-jumlah-restoranrumah-makan-terbanyak-5R8BM>

Huda, A. N., Susanto, D. A., & Wiyaka. (2025). Voices from the virtual space: EFL learners' perspectives on business English advertisement text in social media. *Linguistics and Education Journal*, 5(1), 24-39. <https://doi.org/10.26877/lej.v5i1.24652>

Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Metode penelitian*. CV. Eureka Media Aksara.

Indozone.id. (2025, February). 5 cafe di Rawamangun yang cocok untuk nongkrong santai bareng teman. <https://travel.indozone.id/news/955614374/5-cafe-di-rawamangun-yang-cocok-untuk-nongkrong-santai-bareng-teman>

Irsandi, M. F., & Sulthon, M. Z. (2024). Dampak penggunaan Instagram terhadap bisnis dan sebaran informasi. *Jurnal Sistem Informasi, Akuntansi dan Manajemen*, 4(2), 262-273.

Kapferer, J. N. (2008). *The new strategic Brand management: Creating and sustaining Brand equity long term* (4th ed.). Kogan Page.

Kompas.com. (2024, June 4). 5 kafe di Rawamangun di Jakarta Timur, ada yang cocok buat kerja. <https://www.kompas.com/food/read/2024/06/04/204056475/5-kafe-di-rawamangun-di-jakarta-timur-ada-yang-cocok-buat-kerja>

Kumar, A. (2023). Observation methods. *Library Philosophy and Practice*, 13(6), 1-14.

Kumparan. (2024). *Mbience Garden Bistro: Tempat makan asri di Jakarta Timur*. <https://kumparan.com/seputar-jakarta/mbience-garden-bistro-tempat-makan-asri-di-jakarta-timur-226zk0Q93M4>

Nashrullah, M., Maharani, O., Rohman, A., Fahyuni, E. F., Nurdyansyah, & Untari, R. S. (2023). *Metodologi penelitian pendidikan (prosedur penelitian, subyek penelitian, dan pengembangan teknik pengumpulan data)*. UMSIDA PRESS.

Nasution, D. A., Batoebara, M. U., & Junaidi, J. (2021). Peran Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jual-Beli Online Pada Facebook. *Jurnal Bisnis Corporate*, 6(2), 102-106.

Nurpadila, A., & Sulaeman, E. (2023). Strategi komunikasi pemasaran dalam membangun *Brand* image melalui konten sosial media Instagram. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(3), 6297-6305.

Purnama, S. D., & Sani, F. S. (2022). Strategi komunikasi pemasaran kuliner melalui media sosial Instagram pada Grande Garden Café. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi*, 2(2), 33-39.

Puspitasari, C. B. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi dan promosi. *HUMANIS: Humanities, Management and Science Proceedings*, 3(2), 1267-1273.

Ritonga, K., & Rasyid, A. (2025). Strategi pemanfaatan media Instagram sebagai media promosi kuliner pada akun @Kepdan_Kopi. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 341-351.

Sapurba, Y. A., Sinaga, D. I. A., & Saputra, M. F. (2025). Analisis pemanfaatan media sosial Instagram oleh Serona Coffee sebagai media komunikasi dalam membangun *Brand awareness*. *COMSERVA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 4(11), 5217-5235. <https://doi.org/10.59141/comserva.v4i11.3076>

Sinambela, D., Rizal, E., & Rahmat, A. (2023). Strategi komunikasi *marketing public relations* Kopi Bajawa Flores guna membangun *Brand image* pada media sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(9), 144-154. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7939452>

Solis, B. (2010). *Engage!: The complete guide for Brands and businesses to build, cultivate, and measure success in the new web*. John Wiley & Sons.

Subagio, V. A. (2024). Strategi pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran digital pada Kedai Loeang Kopi Surabaya. *Ranah Research*, 6(3), 363-373. <https://doi.org/10.38035/rrj.v6i3.831>

Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.

Syarif, F. N. S., Syarah, M. M., & Herman. (2025). *Content Planning sebagai Strategi Komunikasi Publik pada Media Sosial Balai Penerapan Modernisasi Pertanian (BRMP) Jakarta. Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 2(4), 1–18. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i4.4418>

We Are Social & Meltwater. (2025). *Digital 2026: Top digital and social media trends in Indonesia*. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/11/digital-2026-top-digital-and-social-media-trends-in-indonesia/>

Wono, H. Y., Novaldo, N., & Fitriani, F. (2023). Media sosial, literasi digital, dan inovasi bisnis: Trikotomi baru dalam manajemen strategi. *Proceedings of International Conference on Islamic Economic Finance and Social Finance*, 4, 56-62.

Yamalia, I. (2024). Pemanfaatan media sosial sebagai media pembelajaran untuk meningkatkan pemahaman materi pembelajaran. *Journal V-Tech*, 7(1), 53-60.