

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ahlqvist, Toni., Bäck, Simon., Minna Halonen & Sirkka Heinonen. (2008). *Social Media Roadmaps: Exploring the futures triggered by social media*. Finland: VTT
- Ardianto, Alviano. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kaplan, Andreas M., Michael Haenlein. 2010. *Users of the world, unite! The challenges and Opportunities of Social Media*. Business Horizons.
- Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Martono, Nanang. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Data Sekunder*. Edisi Ketiga. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Nasution, S. (2016). *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Cetakan kelima belas. Jakarta: Bumi Aksara.
- Prasetyo, Bambang., Miftahul Jannah, Lina. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Perkasa.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal dan Artikel:

- Aditya, Rangga. (2015). *Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Minat Fotografi pada Komunitas Fotografi Pekanbaru*. Vol. 2 No. 2, Oktober 2015.
- Kinanti, Syifa Putri; Satria, Berlian Pramadani. (2017). *Pengaruh Media Sosial Instagram @Zapcoid Terhadap Brand Equity Zap Clinic*. Jurnal, tidak diterbitkan. Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Universitas Telkom: Bandung. Jurnal Komunikasi Vol. 9 No. 1, Juli 2017: 53-64
- Samuel, Hatane; Setiawan, Kelvin Yohanes. *Promosi Melalui Sosial Media, Brand Awareness, Purchase Intention Pada Produk Sepatu Olahraga Specs*. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 12 No. 1, April 2018:47-52

Solomon; *Moving on from Facebook: Using Instagram to Connect with Undergraduates and Engage in Teaching and Learning*. College & Research Libraries News Vol. 74, No. 8. 2013

Tyasendy, Billy Nugroho; Anggadwita, Grisna. *Analisis Pengaruh Customer Brand Awareness Terhadap Brand Image di Instagram pada Usaha Wallts*. Vol. 3 No. 3, Desember 2016.

Karya Ilmiah:

Achdes, Moritz Binsar. Free Lunch Method, Konsep Pemasaran Konten Kreatif di Era Digital. Makalah non-seminar, Universitas Indonesia, 2014.

Ajeng R, Bernadette. Program Perencanaan Komunikasi Pemasaran Digital *Koreanupdates "The K-Way"* Periode Januari - Desember 2016. Tugas Karya Akhir, Universitas Indonesia, 2016.

Andre, Albertinus. Strategi Komunikasi Produk Digital Harian Kompas. Tesis, Universitas Indonesia, 2015.

Arum, Hemas Dewi. Analisis Peran *Brand Ambassador* Kosmetik Wardah dalam Membangun *Brand Image* dan *Brand Awareness*. Makalah non-seminar, Universitas Indonesia, 2015.

Fransisca, Regina. Pengaruh Instagram Terhadap *Brand Awareness* Koultoura Coffee di Kalangan Komunitas Youth GBI Petamburan. Skripsi, BINUS University, 2015

Ratna Furi, Fauzia. Pengukuran Kesadaran Merek Konsumen pada Iklan *Outdoor* (Studi pada Iklan *Outdoor* Merek Freshcare dalam Commuter Line PT KAI Commuter JABODETABEK). Skripsi, Universitas Indonesia, 2014.

Sari, Dian Puspita. Analisa Penggunaan *Keyword* dalam *Digital Marketing* di Instagram (Studi pada Akun @Dagelan). Makalah non-seminar, Universitas Indonesia, 2015.

Situs Daring:

<https://www.pcmag.com/encyclopedia/term/66208/instagram>, diakses 29 September 2018

<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/instagram>, diakses pada 29 September 2018

<https://crln.acrl.org/index.php/crlnews/article/view/8991/9770>, diakses 1 Januari 2019

<https://www.hopperhq.com/blog/instagram-insights-meaning-2018>, diakses 1 Januari 2019

<https://instagram-press.com/our-story/>, diakses 1 Januari 2019

<https://www.hashtags.org/featured/what-characters-can-a-hashtag-include>, diakses 11 Mei 2019

<https://sproutsocial.com/insights/instagram-geotag/>, diakses 11 Mei 2019