

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R. (2015). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru. *Jurnal fakultas ilmu sosial politik Universitas Riau*, 2(2), 2-3.
- Afkari, R., & Wekke, I. S. (2018). *Intelektual mahasiswa islam*. Sleman: CV Budi Utama.
- Aini, S. (2023). *15 alumni hmi yang menjadi tokoh besar di indonesia, mulai dari jusuf kalla, kak seto, hingga karni ilyas*. Diakses 07 November 2023 dari www.kilat.com.
- Amirullah (2015). *Pengantar manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Andriansyah, I., & Maharani, A. (2021). *Optimalisasi instagram sebagai media marketing*. Bandung: CV. Cendekia Press.
- Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal pendidikan tambusai*, 5(3), 8920–8928. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/2400>
- Arsyad, A. (2011). *Media Pembelajaran*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Aryani, I. D., & Murtiariyati, D. (2022). Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada A.D.A Souvenir Project. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha*, 2(2), 466-477. <https://jurnal.stieww.ac.id/index.php/jrabi/article/view/479>
- Azka, Nadira Fatharani (2022) *Upaya radio dalam pemenuhan kebutuhan informasi pendengar: Studi kualitatif pada program siaran Warlantas di Radio Sebayu Pemerintah Kota Tegal*. Sarjana thesis, UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Bambang, A. D. (2015). *Instagram handbook tips fotografi ponsel*. Jakarta: Media Kita
- Coronel, C., & Morris, S. (2016). *Database systems: design, implementation and management. twelve edition*. Boston: Cengage Learning.
- Gunawan, M., Hasan, F., & Mariyam, S. (2022). Pola Komunikasi Organisasi Himpunan Mahasiswa Islam di dalam Membangun Relasi “Connection”.

- Selasar KPI : Referensi Media Komunikasi dan Dakwah*, 2(2), 27-46.
<https://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/selasar>
- Gunelius, A. (2011). *30-minute social media marketing*. United States: McGrawHill Companies.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/04/jumlah-pengguna-instagram-indonesia-terbanyak-ke-4-di-dunia>
- <https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi>
- <https://www.antaranews.com/berita/1678882/5-media-sosial-paling-populer-di-dunia-pada-q2-2020>
- <https://www.kompas.com/tren/read/2021/10/06/100500365/sejarah-instagram-dan-cerita-awal-peluncurannya?page=all>
- <https://komsas-malang.hmi.or.id/>
- <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2023/02/>
- Humaizi (2018). *Uses and gratifications theory*. Medan: USU Press.
- Listianingrum, R., Poerana, A. F., & Arindawati, W. A. (2021). Strategi Komunikasi Melalui Media Instagram Dalam Memberikan Informasi Kepada Mahasiswa. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 4(1), 11-23.
<https://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/view/1309>
- Macarthy, A. (2015). *500 social media marketing tips*. Wales: Andrew Macarthy
- Mangkunegara, A. P. (2017). *Manajemen sumber daya manusia*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, 2011, Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Rosda.
- Morissan. (2018). *Teori komunikasi: individu hingga massa*. Jakarta: Prenada.
- Nasrullah, R. (2016). *Media sosial perspektif komunikasi, budaya, sosioteknologi, cet.kedua*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nurhadi, Z. F. (2017). *Teori komunikasi kontemporer*. Depok: Kencana Prenada Media Group.
- Oktarina, Y., & Abdullah, Y. (2017). *Komunikasi dalam perspektif teori dan praktik*. Yogyakarta: Deepublish.
- PB HMI (2006). *Hasil-hasil kongres XXV 2006*. Makassar: Tanpa Penerbit.
- Purwandani, Hariunnisa, & Alfando, J. (2019). Peranan Media Sosial Instagram @Smrfoodies Dalam Interaksi Sosial. *Ejournal ilmu komunikasi*, 7(4), 26-

36. [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2019/10/JURNAL%20\(10-03-19-06-16-16\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2019/10/JURNAL%20(10-03-19-06-16-16).pdf)
- Putri, R. W. (2020) *Efektivitas Akun Instagram @Infosumbar dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada Mahasiswa Muslim (Studi Deskriptif Kuantitatif pada Mahasiswa Asrama Provinsi Sumatera Barat di Yogyakarta)*. Skripsi, Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Radjab, S., & Hariyadi, A. R. (2014). *GMNI dan HMI dalam politik kekuasaan*. Jakarta: PT Nagakusuma Media Kreatif.
- Rakhmat, J. (2011). *Psikologi komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Retnasary, M., & Fitriawati, D. (2018). Peran Instagram Sebagai Media Promosi(, *Jurnal ilmiah Indonesia*, 3(4), 61-67.
<https://www.neliti.com/publications/330294/peran-instagram-sebagai-media-promosi>
- Subiyantoro, E., Nugraha, H. C., Ratih, C. K., & Nosyrafil, R. R. (2013). *Simulasi digital jilid 1*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sulianta, F. (2015). *Keajaiban media sosial: fantastis menumbuhkan visitor, circle, likes, koneksi, retweet, dan follower*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Tukino (2020). Rancang Bangun Sistem Informasi E-Marketing Pada PT Pulau Cahaya Terang. *Computer based information system journal*, 08(01), 25–33.
- West, R. L., & Turner, L. H. (2018). *Introducing communication theory: Analysis and application*. New Jersey: McGraw - Hill.