

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, M. (2018). *Teknologi informasi & komunikasi dalam pendidikan*. Penerbit YNHW.
https://www.google.co.id/books/edition/Teknologi_informasi_komunikasi_dalam_pen/6YNKDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=teknologi+komunikasi+adalah&printsec=frontcover
- Amin, M. A. S. & P. P. (2019). Marketing Communication Strategy To Improve Tourism Potential. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 2. <https://doi.org/10.33258/birci.v2i4.575>
- Ardiansyah, I. & A. M. (2020). *Optimalisasi Instagram sebagai Media Marketing*. Bandung. CV. Cendikia Press.
<https://books.google.co.id/books?id=HAoREAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Aziz, A. (2020). Personal Selling Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada PT. Grahita Indonesia. *Jurnal Akrab Juara*, 5.
<https://akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/1287/1135%0A>
- Daymon, C. & I. H. (2007). *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communications*. Bentang Pustaka.
https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Metode_Riset_Kualitatif_dalam_Pub/GO-PT5-RiKQC?hl=id&gbpv=1
- Fachruddin, A. (2015). *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi*. CV. Andi Offset.
https://www.google.co.id/books/edition/Cara_Kreatif_Memproduksi_Program_Televis/fXAkCwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=narasumber+harus+kredibel&pg=PA161&printsec=frontcover
- Feder, L. (2020). *From ESPN to Instagram LIVE: The Evolution of Fan–Athlete Interaction Amid the Coronavirus*. 13.
<https://doi.org/10.1123/ijsc.2020-0233>
- Firmansyah, M. A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Issue July). Pasuruan. CV. Penerbit Qiara Media.
- Gobel, V, S, J., Mingkid, E., & Waleleng, G, J. (2017). Analisis Komunikasi Pemasaran Satuan Penugasan Pariwisata Di Provinsi Sulawesi Utara (Studi Pada Program Kunjungan 10.000 Turis Tiongkok). *Acta Diurna*, VI(1).
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/15495>
- Hartono, A. H. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran SMA 3 Harapan Medan Dalam Mendapatkan Siswa Baru di Masa Pandemi COVID-19*.
- Kemendikbud. (2020). *Kemendikbud Terbitkan Pedoman Penyelenggaraan Belajar dari Rumah*. <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2020/05/kemendikbud-terbitkan-pedoman-penyelenggaraan-belajar-dari-rumah>
- Kemp, S. (2021). *Digital 2021: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>

- Larasati, C. (2021). Telkom University, 10 Besar di Asia dan Kampus Terbaik di Indonesia. 10 Agustus. <https://www.medcom.id/pendidikan/berita-kampus/akWxPzqK-telkom-university-10-besar-di-asia-dan-kampus-terbaik-di-indonesia>
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern Acuan Wajib Mahasiswa*. Yogyakarta. Cakra Ilmu.
- Manzilati, A. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif; Paradigma, Metode dan Aplikasi*. Universitas Brawijaya Press (UB Press). https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kualitatif/7F1VDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=paradigma+penelitian&printsec=frontcover
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2016). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Nata, J. H. (2020). Differences in Marketing Communication Activities at Sheraton Surabaya Hotel & Towers in the middle of COVID-19 Pandemic. *The International Journal of Applied Business*, 4. <https://e-journal.unair.ac.id/TIJAB/article/view/23136/12722>
- Nugroho, C. (2020). *Cyber Society Teknologi, Media Baru dan Disrupsi Informasi*. Jakarta. Kencana.
- Phillips, K. W. (2017). *Ultimate Guide to Instagram for Business*. Entrepreneur Press.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. CV. Bandung. Pustaka Setia.
- Purwadi, M. (2021). Telkom University Pertahankan Peringkat PTS Terbaik di Indonesia versi THE WUR 2022. 08 September. <https://edukasi.sindonews.com/read/535348/211/telkom-university-pertahankan-peringkat-pts-terbaik-di-indonesia-versi-the-wur-2022-1631099348>
- Raco, J. . (2010). *Metode Penelitian Kualitatif; Jenis, Karakter dan Keunggulannya*. Jakarta. PT. Grasindo.
- Rimawati, L. (2019). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding dalam Dream.co.id*. <http://eprints.untirta.ac.id/1325/>
- Rismayanti, P. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Deskriptif Kualitatif Aktivitas Promosi Pada Akun Instagram @kedai_digital)*.
- Rizaty, M. A. (2021). *Inilah Negara Pengguna Instagram Terbanyak, Indonesia Urutan Berapa?* <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/03/inilah-negara-pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-urutan-berapa>
- Rumbay, M. M. M. (2019). Marketing communication mix. *Trakia Journal of Science*, 1. <https://doi.org/10.15547/tjs.2015.s.01.063>
- Setiawati, S. D. & P. S. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam

- Membangun Positioning di Tengah Pandemi Covid-19 di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3.
<https://journal.unpas.ac.id/index.php/linimasa/article/view/2754/1339>
- Silitonga, D. O. (2018). *Komunikasi pemasaran beauty vlogger di youtube terhadap minat beli mahasiswa (studi deskriptif kualitatif mahasiswa universitas medan area)*.
- Slamet, Y. (2019). *Pendekatan Penelitian Kualitatif* (Ed Pertama). Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung. Alfabeta.
- Sundariani, D. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Di SMK Mambaul Hisan Kabupaten Blitar. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 20.
- Suryati, L. (2015). *Manajemen Pemasaran : Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Deepublish.
https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran_Suatu_Strategi_Dalam/rKmRDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1
- Syarif, N. (2019). *Komunikasi Kontemporer; Bisnis Islam di Era Digital*. Deepublish.
https://www.google.co.id/books/edition/Komunikasi_Kontemporer/EvbMDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=komunikasi+bisnis+adalah&printsec=frontcover
- Tardianto, T. N. & M. L. (2018). The Strategy Of Marketing Communication La-Tansa Bakery in Islamic Perspective. *SAHAFA Journal of Islamic Communication*, 1.
- Wardany, A. K. (2015). *Komunikasi Pemasaran Café Tiga Tjeret (Studi Analisis Deskriptif Kualitatif Tentang Aktifitas Komunikasi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Café Lokal di Kota Solo)*. 1–21.
- Wardaya, M. (2016). Marketing Communication Strategy Through Social Media To Increase Children Book Sales. *Journal The WINNERS*, 17.
<https://journal.binus.ac.id/index.php/winners/article/view/1975>
- Yunus, U. (2019). *Digital Branding Teori dan Praktik*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.