

DAFTAR PUSTAKA

Artikel

- Anggarani, W. (2020). *Brand Lokal Fesyen Perempuan Binaan Kementerian Perindustrian yang Menjadi Kebanggaan Indonesia*.
<https://www.fimela.com/fashion-style/read/4434009/brand-lokal-fesyen-perempuan-binaan-kementerian-perindustrian-yang-menjadi-kebanggaan-indonesia>
- BCIC. (2020). *Pendaftaran Program Creative Business Incubator 2020*. <https://bcic-ikm.net/pendaftaran-cbi-2020/>
- Handoko, T. (2020). *Membangkitkan UMKM di Masa Pandemi dengan Inovasi dan Teknologi*. <http://lipi.go.id/siaranpress/membangkitkan-umkm-di-masa-pandemi-dengan-inovasi-dan-teknologi/22212>
- Hasibuan, L. (2019). *Wah, RI Jadi Pengguna Instagram Terbanyak se-Asia Pasifik*.
<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190305173423-33-59051/wah-ri-jadi-pengguna-instagram-terbanyak-se-asia-pasifik>
- Iman, M. (2020). *Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial*.
<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial>
- Plate, J. G. (2020). *Masuki Era Revolusi Industri 4.0, Indonesia Perlu Manfaatkan Teknologi Digital*. https://www.kominfo.go.id/content/detail/29885/masuki-era-revolusi-industri-40-indonesia-perlu-manfaatkan-teknologi-digital/0/berita_satker

Buku

- Abidin, Y.Z. (2015). *Manajemen Komunikasi, Filosofi, Konsep dan Aplikasi*. CV. Pustaka Setia.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Media Kita.
- Bungin, B. (2015). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana Prenada Media.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.).
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Cakra Ilmu.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Pustaka.
- Prisgunanto, I. (2014). *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. Prisani Cendekia.
- Soemanagara, R. D. (2008). *Strategic Marketing Communication*. Alfabeta.
- Siyoto, S. & Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta CV.
- Wibowo, L. A., & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Alfabeta.
- Widjajanto, K. (2013). *Perencanaan Komunikasi Konsep dan Aplikasi*. Ultimus

Jurnal

- Anjelin, C., & Wahyuni, I. I. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Bandung Makuta Cake Dengan Menggunakan IMC Model Dwi Sapta. In *budiluhur.ac.id* (Vol. 15, Issue 40). <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/143008/strategi-komunikasi-pemasaran-terpadu-bandung-makuta-cake-dengan-menggunakan-imc-model-dwi-sapta.html>
- Auditio, L., & Lestari, M. T. (2020). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Brand Mischief Denim di Media Sosial Instagram*. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/163759/analisis-strategi-komunikasi-pemasaran-brand-mischief-denim-di-media-sosial-instagram.html>

- Castronovo, C., & Huang, L. (2012). Social Media in an Alternative Marketing Communication Model. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 6(1), 117–134.
- Chen, C. W., Shen, C. C., & Chiu, W. Y. (2007). Marketing communication strategies in support of product launch: An empirical study of Taiwanese high-tech firms. *Industrial Marketing Management*, 36(8), 1046–1056. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2006.08.002>
- Fariastuti, I. (Univ. P. D. M. (Beragama)), & Azis, M. A. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN OneFourThree.Co DI. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 2(1), 54–69. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/view/871>
- Giantika, G. G. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Zoya Melalui Instagram @zoyalovers (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @zoyalovers). *Jurnal Komunikasi*, 11(1), 37–42. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/7467>
- Ginawati, R. (n.d.). Strategi Komunikasi Pemasaran Florash melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Fflorash). 2019, 1–7. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/151827/strategi-komunikasi-pemasaran-florash-melalui-media-sosial-instagram-studi-deskriptif-kualitatif-pada-akun-instagram-fflorash-.html>
- Huey Sook, L., & Yazdanifard Rashad, D. (2015). How Instagram Can Be Used as a Tool in Social Network Marketing Center for Southern New Hampshire University (SNHU) Programs HELP College of Art and Technology Center for Southern New Hampshire University (SNHU) Program HELP College of Art and Technol. 1–7.
- Julian, H. C., & Nuraeni, R. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Kopi Kendara

melalui Media Sosial Instagram.
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/156744/strategi-komunikasi-pemasaran-kopi-kendara-melalui-media-sosial-instagram.html>

Kurniawan, P. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern pada Batik Burneh. *11*.

<https://doi.org/https://doi.org/10.21107/kompetensi.v11i2.3533>

Melni, A., Hasibuan, E. Y., & Suharyanto, A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran @ Lapo Mandailing Coffee Pada Media Sosial Instagram di Kecamatan Panyabungan Marketing Communication Strategy @ Lapo Mandailing Coffee in Social Media Instagram at Panyabungan. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 1(1), 12–17.

Musyaffa, Q. N., & Dunan, A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Popolo Coffee Terhadap Generasi Millennial Melalui Akun Instagram. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 2(2), 152–159. <https://doi.org/10.17933/diakom.v2i2.59>

Naumovska, L. (2017). Marketing Communication Strategies for Generation Y – Millennials. *Business Management and Strategy*, 8(1), 123. <https://doi.org/10.5296/bms.v8i1.10260>

Nugraha, Robby & Sylvie Nurfebiarianing (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran pada Brand Clothing Ouval Research. 1–10. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/154590/strategi-komunikasi-pemasaran-pada-brand-clothing-ouval-research-bandung.html>

Zahara, M. R., & Anisah, N. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Aktivitas Promosi Akun Instagram @reborn_29. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 4 (September), 16. www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP