

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Arifin, Zainal., (2010), Metodologi Penelitian Pendidikan Filosofi, Teori dan Aplikasinya. Surabaya: Lentera Cendikia
- Atmoko, B. D. (2012). Instagram handbook. Jakarta: Media Kita.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2003). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. The McGraw– Hill.
- Djuarsa, S. S. (1994). Teori komunikasi. Universitas Terbuka KM, Jakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). Manajemen Pemasaran Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2017). Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian & Praktik. Kencana.
- Marston, J. E. (1963). *The nature of public relations*. McGraw-Hill.
- Nasrullah, R. (2015). Media Sosial: Prosedur, Tren, dan Etika. Bandung: Sembiosa Rekatama Media.
- Natoradjo, S. (2011). Event Organizer: Dasar-dasar Event Management. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Noor, A (2013). Manajemen Event. Bandung: Alfabeta.
- Nurudin, N. (2007). Pengantar Komunikasi Massa. Raja Grafindo Persada.
- Pendit, P. L. (2003). Penggunaan Teori dalam Penelitian Ilmu Perpustakaan & Informasi. Jakarta: JIP UI.
- Phillips, K. W. (2017). *Ultimate guide to Instagram for business*. USA: Entrepreneur Press.
- Priansa, D. J. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Pustaka Setia.
- Rachmat, K. (2006). Teknik praktis riset komunikasi. Jakarta: Prenada Media Group.

Rakhmat, J. (2002). *Metode penelitian komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Rogers, E. M. (2010). *Diffusion of innovations*. New York: Simon and Schuster.

Yusuf, A. M. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif & penelitian gabungan*. Jakarta: Prenada Media.

Sumber Jurnal:

Bégin, D., & Charbonneau, K. (2013). Rethinking the RACE model for a social media world. *Journal of Professional Communication*, 2(2).

Bergström, T., & Bäckman, L. (2013). *Marketing And PR In Social Media: How The Utilization Of Instagram Builds And Maintains Customer Relationships*. Bachelor Thesis, Stockholm Unversitet.

Maulana, G., & Syam, H. M. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Penggalangan Dana (Fundraising) Oleh Lembaga Aksi Cepat Tanggap Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 4(3).

Permata, A. A. (2017). Pemanfaatan Media Sosial untuk Jual Beli Online di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya melalui Instagram. *Journal Libri-Net*, 6(01).

Permatasari, A. (2015). Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Festival Kesenian Yogyakarta 2013. *Jurnal NARADA*, 2(1), 67-75.

Pienrasmi, H. (2015). Pemanfaatan Social Media oleh Praktisi Public Relations di Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 199-210.

Putri, A. (2018). *Kegiatan Research Action Communication Evaluation (Race) Di Hotel Sahid Jaya Lippo Tahun 2017*. Doctoral Dissertation, President University.

Rahmat, D. E. S. (2014). Evaluasi special events periodik lenmarc mall 2013. *Jurnal e-komunikasi*, 2(2), 2-12.

Ramadhan, F. H., & Firdaus, M. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun@ Mr. creampuff Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan. Jurnal. JOM FISIP, 4(2), 1-15.

Santi, S. (2006). Dari Komunikasi Pemasaran ke Komunikasi Pemasaran Terpadu. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 3(2).

Wibowo, A. (2015). Strategi Promosi Event Namaste Festival. *Jurnal Visi Komunikasi*, 14(2), 180-191.

Sumber Skripsi:

Affifatus, S. (2018). Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi (Studi Kualitatif Pada Produk Teh Thailand Pikameame di Yogyakarta). Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga: Yogyakarta.

Agus, S. (2017). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Widata Kebun Buah Mangunan (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @kebunbuahmangunanbantul). Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga: Yogyakarta.

Fariz, W.H. (2017). Pengaruh *Event Marketing* Terhadap *Brand Image* Dan Keputusan Pembelian Pada PT.Paragon Technology And Innovation DC Bogor. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor: Bogor.

Sumber Internet:

Mengenal Apa itu Fitur IGTV / Instagram TV: Fitur Terbaru Instagram. (Juli 2018).
<https://idcloudhost.com/>

Anugrah, N. (Juli 2017). Instagram Business Profile : Hal-Hal yang Perlu Kamu Ketahui. 2 April 2020.
<https://www.filemagz.com/>