

## DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Bank, W. (2018). *World development report 2019: The changing nature of work*. The World Bank.
- Cooper, C. (2002). Sustainability and tourism visions. *VII Congreso Internacional Del CLAD Sobre La Reforma Del Estado y de La Administración Pública, Lisboa*, 8–11.
- Dass, S., Sethi, R., Popli, S., & Saxena, V. N. (2021). Drivers of brand engagement: The role of brand communities. *Global Business Review*, 22(5), 1216–1231.
- Fandy, T. (2008). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andy.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.
- Furchan, A. (2004). Pengantar penelitian dalam pendidikan. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*, 443, 16.
- Herdiansyah, H. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif untuk ilmu-ilmu sosial*. Salemba Humanika.
- INDONESIA, P. R. (2003). *Undang-undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional*. Departemen Pendidikan Nasional.
- Jackson, C. A., & Luchner, A. F. (2018). Self-presentation mediates the relationship between self-criticism and emotional response to Instagram feedback. *Personality and Individual Differences*, 133, 1–6.
- Kennedy, J. E., & Soemanagara, R. D. (2006). *Marketing Communication: Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer.
- Kertajaya, H. (2008). *Arti komunitas*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of marketing*. Pearson education.
- Kotler, P., Burton, S., Deans, K., Brown, L., & Armstrong, G. (2015). *Marketing*. Pearson Higher Education AU.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*. edisi.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A framework for marketing management*. Pearson Boston, MA.
- Moleong, L. J. (2014). *Metode penelitian kualitatif edisi revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Mulyono, D. (2012). Menegaskan Karakter Pendidikan Nonformal. *EMPOWERMENT: Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Luar Sekolah*, 1(1).
- Rogers, A. (2004). Looking again at non-formal and informal education-towards a new paradigm'. London: the encyclopaedia of informal education. [Http://Www. Infed. Org/Biblio/Non\\_formal\\_paradigm. Htm](http://www.infed.org/Biblio/Non_formal_paradigm.htm).
- Russmann, U., & Svensson, J. (2016). Studying organizations on Instagram. *Information*, 7(4), 58.
- Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial (Bandung: PT. Refika Aditama)*.
- Simamora, H. (2000). *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid II*.
- Stokburger-Sauer, N. (2010). Brand community: Drivers and outcomes. *Psychology & Marketing*, 27(4), 347–368.
- Sudjana, D. (2003). Pendidikan Luar Sekolah, Wawasan, Falsafah, Teori. *Bandung: Falah Production*.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono, P. D. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Bandung: CV. ALVABETA*.
- Sutojo, S. (2004). Membangun citra perusahaan. *Jakarta: Damar Mulia Pustaka, 160*.
- Tjiptono, F. (2001). Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Kelima. *Yogyakarta: Andi Offset*.
- Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran Edisi 3. *Yogyakarta: Andi*.
- Vito, B., & Krisnani, H. (2015). Kesenjangan pendidikan desa dan kota. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2).
- Wihardja, M. M., & Cunningham, W. (2021). *Pathways to Middle-Class Jobs in Indonesia*.