

DAFTAR PUSTAKA

- Allen, C. dan Cutlip, S. 2006. *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Akbar, F. (2017). The Niche Marketing Strategy Constructs (Elements) and Its Characteristics - A Review of the Relevant Literature. *SSRN Electronic Journal, December*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2957004>
- Arywibowo, D. M., & Prihartanti, N. (2009). Penurunan Berat Badan pada Obesitas Melalui Pengaturan Diri. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 10(2), 199–211.
- Basrowi & Suwandi. (2014). Teknik analisis Data penelitian Kualitatif. In *Jurnal Inovasi Penelitian*.
- Dalgic, T. (2013). Handbook of niche marketing: Principles and practice. In *Handbook of Niche Marketing: Principles and Practice*. <https://doi.org/10.4324/9780203050323>
- Desia, A. (2023). *DESAIN KONTEN INSTAGRAM SEBAGAI STRATEGI PROMOSI* @dkv.budiluhur. 1–18. <https://jurnal.budiluhur.ac.id/index.php/kartala/article/view/6>
- Ekawati, R. K. (2022). Analisis Pemanfaatan Akun Bisnis Instagram dalam Peningkatan Penjualan pada Gerai XYZ.Co. *JuSiTik : Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi Komunikasi*, 3(2), 23–31. <https://doi.org/10.32524/jusitik.v3i2.497>
- Hanifah, H., Setyawati, A., & Octaviani, R. D. (2015). the Implementation of Blue Ocean Strategy To Create a Market Niche. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTRANSLOG)*, 2(2), 191. <https://doi.org/10.54324/j.mtl.v2i2.118>
- Hapsara, O., Casmudi, C., Sjuchro, D. W., Murtono, T., & Asfar, D. A. (2021). Perspektif digital marketing communication dalam memasarkan skincare di indonesia. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(3), 209–221. <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i3.3782>
- Huberman, & Miles. (1992). Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif

Jurnal Studi Komunikasi Dan Media.

- Jerry, W., & Vijn, M. (2002). Digital Marketing, Symphonya. Emerging Issues in Management (symphonya. *SYMPHONYA Emerging Issues in Management*, 1, 43–54. <http://symphonya.unimib.it/article/download/9136/8713%0Ahttp://dx.doi.org/10.4468/2002.1.04wind.mahajan>
- Komunikasi, J., Wimba, V., Corona, V., Coronavirus, N., & Dunia, L. K. (2020). *KAJIAN NARASI PEMERINTAH RI MELALUI KONTEN GRAFIS TENTANG PANDEMI COVID-19* Alvanov Z . Mansoor Institut Teknologi Bandung , Indonesia email : alvanov.mansoor@itb.ac.id. 11(1), 29–44.
- Kotler, P. (2012). Marketing Management 14th Edition. In *Journal of Global Marketing*.
- Kotler, Philip. 2009. Marketing Mangement,11st Edition. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education international
- Kotler dan Keller. 2012. Marketing Management Edisi 14. Global Edition. New Jersey: Pearson
- Pallante, G., Drucker, A. G., & Sthapit, S. (2016). Assessing the potential for niche market development to contribute to farmers' livelihoods and agrobiodiversity conservation: Insights from the finger millet case study in Nepal. *Ecological Economics*, 130, 92–105. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2016.06.017>
- Parrish, E. D., Cassill, N. L., & Oxenham, W. (2006). Niche market strategy for a mature marketplace. *Marketing Intelligence and Planning*, 24(7), 694–707. <https://doi.org/10.1108/02634500610711860>
- Prabhakara, G. (2010). Health Statistics (Health Information System). In *Short Textbook of Preventive and Social Medicine*. https://doi.org/10.5005/jp/books/11257_5
- Situmorang, J. R. (2017). Pemasaran Relung (Niche Marketing) Sebagai Strategi Membidik Pasar Yang Lebih Kecil. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 161–170.

- Sujono, J. V. E., Nadhila, A. A., Cahyani, F. A., & ... (2022). Analisis strategi pengembangan digital marketing sebagai upaya peningkatan jumlah pengunjung taman kyai langgeng pada masa pandemi. ..., 18(4), 608–613. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/view/10234>
- Susilawaty, F. T., Wardanhi, S. S., Sudirman, F. A., & Halika, L. O. H. (2022). PERSUASI FITUR INSTAGRAM : STAY ON SCREEN. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v7i1.22539>
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner kika's Catering di Media Sosial. *PROfesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 102. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15333>
- Werthi, K. T., & Freedlina, K. Q. (2020). Analisis Value Equity, Relationship Equity, Dan Brand Equity Pada Strategi Pemasaran Objek Wisata Danau Buyan Di Provinsi Bali Berbasis Social Media Marketing. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 6(1), 12–19.
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode penelitian kualitatif*. Grasindo.
- Sarosa, S. (2021). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. PT Kanisius.
- Sendjaja, S.Djuarsa. 1996. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Suranto, Aw. 2011. *Komunikasi Antarprabadi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Tubbs, L., Stewart & Moss, Sylvia. 2008. *Human Communication: Prinsip-prinsip Dasar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.