

DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko, D. B. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Bly, R. W. (2018). *The Digital Marketing Handbook: A Step-by-Step Guide to Creating Websites that Sells*. United States: Entrepreneur Press.
- Cutlip, S. M. & Center, A. H. & Broom, G. M. (2007). *Effective Public Relations (Merancang dan Melaksanakan Kegiatan Kehumasan Dengan Sukses)*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Duffett, R. G. (2017). *Influence of social media marketing communications on young consumers' attitudes*. United Kingdom: Emerald Publishing Limited.
- Effendy, O. (2001). *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. & Uchjana. (2008). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ganiem, L. M. & Kurnia, M. (2019). *Komunikasi Korporat: Konteks Teoritis dan Praktis*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Gregory, A. (2004). *Perencanaan dan Manajemen Kampanye Public Relations*. Jakarta: IPR, Erlangga.
- Hardiman, I. (2006). *Seri Pintar Public Relations: 400 Istilah PR Media & Periklanan*. Jakarta: Penerbit Gagas Ulung.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kenedy, J. E. & Soemanagara. R. D. (2006). *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*. Jakarta: Buana Ilmu Populer.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. (13th ed). Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. (1st ed) Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lattimore. (2010). *Public Relations: Profesi dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan. (2008). *Manajemen PR, Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta:

Kencana Prenada Meda Group.

- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nisrina, M. (2015). *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Onggo, J. B. (2004). *Cyber Public Relations*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Pardillo, J. C. (2019). *Business Communication*. Canada: Society Publishing.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Rakhmat, J. (2007). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, R. (2008). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Scott, D. M. (2010). *The New Rules of Marketing and PR*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Solis, B. & Breakenridge, D. (2009). *Putting the Public Back in Public Relations: How Social Media Is Reinventing the Aging Business of PR*. New Jersey: FT Press.
- Stanton, W. J. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Tjiptono, F. (2000). *Pemasaran Strategik*. Jakarta: Andi.
- Vardiansyah, D. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (1st ed). Bogor: Ghalia Indonesia.
- West, R. & Turner, L. H. Turner. (2010). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. (4th ed). Singapore: McGraw-Hill.

JURNAL

Santoso, A. P. (2017). “Pengaruh Konten Post Instagram terhadap Engagement rate: Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita”. *Jurnal Teknik ITS*, 6 (1), 217-221.

Normawati, S. A. (2018). “Pengaruh Kampanye Lets Talk Disconnet To Connect Terhadap Sikap Anti Phubbing”, *Jurnal Komunikasi*, 7, 161.

