

DAFTAR PUSTAKA

- (APJII), A. P. (2020, Oktober 2). *Laporan Survei Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2018*. Retrieved from <http://apjii.or.id/survei:https://www.apjii.or.id/content/read/39/521/Laporan-Survei-Internet-APJII-2019-2020-Q2>
- _____. (2018, Maret 15). *Penggunaan Media Sosial diKalangan Anak-anak*. Retrieved from Kompas.com: <http://kompas.com//>
- Andreja, R. (2017, Oktober 2). *Industy 4.0 Concept : Background and Overview*. Retrieved from Journal of interactive mobile technologies (ijIM): <http://doi.org/10.3991.ijim.v11i5.7072>
- Angga, E. (2019). *Perkembangan Website Serta Tentang Inovasi Industri 4.0 dan Society 5.0*. Jakarta: Medium.com.
- Anwar, A. (2003). *Komunikasi Poltik : Paradigma, Teori, Aplikasi, Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Jakarta: PT. Balai Pustaka .
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktis* . Jakarta: Rineka Cipta.
- Albarran. (2013). *Handbook of media management and economics*. New York, USA: Routledge.
- Astuti, A. (2018). Analisa Strategi Komunikasi Pemasaran Online dan Offline Pada IndustriPerhotelan di Bali Terhadap Keputusan Pembelian Wisatawan Eropa . *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 13-34.
- Azzahrani, M. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Kementerian Pariwisata Indonesia Melalui Youtube. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 144-161.
- Burton. (2005). *Media and Society, Critical Perspectives*. New York: Open University Press.
- Butterick, K. (2014). *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Buttle. (2007). *Strategi Pengelola Konsumen*. Jakarta : Manajemen Press.
- Cross. (2011). *Bloggerati, Twitterati : How Blogs and Twitter are Transforming Popular Culture*. Santa Barbara, California: Praeger.
- Cynthia, L. (2016). PERAN AKUN INSTAGRAM @jaktvofficial DALAM MENARIK MINAT PENONTON PADA PROGRAM ACARA TOKOH KITA. *Management Communication*, 25-28.

- Dheza. (2017). Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Penggunaan Akun Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pengguna Akun @hoodieku.shop sebagai media sosial). *Artikel Publikasi Ilmiah*, 45-46.
- Diamond, S. (2015). Pemanfaatan Instagram Dalam Meningkatkan Minat Pelanggan. *Artikel Publikasi Ilmiah*, 13-15.
- E, A. (2019, oktober 2). *Perkembangan Website Serta Tentang Inovasi Industri 4.0 dan Society 5.0*. Retrieved from Industri 4.0 dan 5.0: <http://medium.com/>
- Effendi. (2015). *Communication Strategic*. Jakarta: journalcommuniation.
- Effendy, O. U. (2005). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Errika. (2011). *Communications and Social Media*. 69-74.
- Fadhilah, N. (2019). Dampak Penggunaan Instagram Terhadap Gaya Hidup Remaja. *Journal Visi Komunikasi*, 3-5.
- Fauziah. (2020). Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop "Shopee" dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Abiwara*, 45-43.
- Fuchs. (2008). *Internet and Society, Social Theory in the Information Age Madison Ave*. New York: Routledge.
- Griffin, J. (2010). *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif dan Praktek*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- H.B, S. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Dasar Teori dan Terapannya Dalam Penelitian*. Surakarta: Sebelas Maret Press.4.
- Hafied, C. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hermawan. (2012). Analisis strategi marketing communication . *Journal Marketing Communication* , 1-9.
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Sosial (Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif)*. Yogyakarta: UII Press.
- Keller, K. a. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kemendagri, L. (2018, Januari 30). *Hootsuite "Essential Insights Into Internet, Social Media, Mobile, and E-Commerce Use Around The World"*. Retrieved from we are social: <http://wearesocial.com/>
- Kennedy. (2006). *Marketing Communication : Taktik & Strategi*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.

- Kevia Jemima, D. K. (2013). Strategi Komunikasi Pemasaran Agen Perjalanan Emerall Tours and Travel Manado. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 50-62.
- Kottler, P. d. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Indeks.
- Litbang.Kemendagri. (2018, Desember 27). *Pengguna Internet Di Indonesia*. Retrieved from we are social: <http://www.penggunainternet.wearesocial.id//>
- Lupiyadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi). *Journal Visi Komunikasi*, 152.
- Miles, H. A. (1984). *Qualitative data analysis : a sourcebook of new methods*. California: Sage Publications.
- Mukhtar, W. (2000). *Kontruksi ke arah Peneltian Deskriptif*. Yogyakarta: Manajemen Works Press.
- Nidia, Z. (2019). *Pertumbuhan E-commerce Indonesia Tertinggi di Dunia*. Retrieved from <http://Republika.online.id//>
- Noor, A. (2013). *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- Pahlepi, R. D. (2020). *Social Media Management: Definisi dan Peran Pentingnya Dalam Bisnis*. Retrieved from <https://myskill.id/blog/dunia-kerja/social-media-management-untuk-bisnis>
- P, B. (2016, Juni 8). *Informasi Penggunaan Media Sosial Yang Benar*. Retrieved from [Internetsehat.id](http://www.internetsehat.id): <http://www.internetsehat.id//>
- P., S. (1997). *Filsafat Administrasi Pengelolaan Keuangan*. Jakarta: Pustaka Utama.
- Pamungkas, P. (2013). Strategi Komunikasi Pemasaran Berbasis Online Internet Produk "Batik Gitar's Solo". *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 34-40.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKIS.
- Pearce, John A. Robinson JR, Richard B, alih bahasa Yanivi Bachtiar dan Christines. 2007. *Manajemen Strategik: Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. Buku Satu. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Pickton. (2014). *Marketing Communication*. Chicago: Works Press.
- Prisgunanto, I. (2014). *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. Jakarta: CV.Prisani Cendekia.
- Qiksus. (2021). *Social Media Management dan Manfaatnya untuk Bisnis*. Retrieved from <https://www.qiscus.com/id/blog/author/qiscus/>

- Rangkuti, F. (2002). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Polines*, 10-13.
- Rojko, A. (2017). Industry 4.0 Concept: Background and Overview. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (ijIM)* 11 (5), 77-90.
- Ruslan, R. (2003). *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Ruslan. (2010). *Model Komunikasi Harold D. Lasswell*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- S., A. (2017, Februari 2). *Penggunaan Media Sosial Instagram Bagi Mahasiswa di Palembang*. Retrieved from Jom Fisip: <http://uns.ac.id//>
- Scott M. Cutlip, A. H. (1994). *Effective Public Relations*. Edisi keenam. *Jersey : Prentice Hall*.
- Setiansah, Mite. (2020). Strategi Penggalan Data Secara Virtual. *Webinar Ilmu Komunikasi Unsoed*.
- Sinagian, S. P. (2015). *Strategis dalam Analisis SWOT*. Jakarta: Pustaka Utama.
- Soedjadi. (1989). *O&M (Organization and Methods) Penunjang Keberhasilan*. Jakarta: CV Haji Masagung.
- Soemanagara. (2006). *Strategi Kmunikasi Pemasaran*. Bandung: CV. Alfaberta.
- Subagyo, P. J. (2011). *Teknik Pengumpulan Data Kualitatif*. Bandung: LKIS.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Dalam Teknik Analisi Data*. Jakarta: Alfaberta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Alfaberta.
- Supriyati. (2011). *Metode Pengumpulan Data Kualitatif*. Jakarta: PT.Grafindo.
- Syam. (2003). *Teori dn Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Syarifuddin, G. d. (2016). *Public Relations*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umi Narimawati, S. D. (2010). Strategi Komunikasi Pemasaran . *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 50-56.
- Yanuar. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.