

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinova, D. E. (2015). *Memahami Metode Penelitian Kualitatif : Teori & Praktis*. Yogyakarta: Calpulis Harahap.
- Annur, C. M. (2023, Mei 04). *10 Negara dengan Jumlah Pengguna Instagram Terbanyak di Dunia*. Diambil kembali dari databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/04/jumlah-pengguna-instagram-indonesia-terbanyak-ke-4-di-dunia>
- Aprilia, N. (2016). *Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Studi Fenomenologi Mengenai Pengguna Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas. (Doctoral dissertation, Perpustakaan)*.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Ayutiani, D. N., & Putri, B. P. (2018). Penggunaan akun Instagram sebagai media informasi wisata kuliner. *Profesi Humas*, 39-59.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas. (2023). *Kabupaten Banyumas Dalam Angka*. Banyumas: BPS Kabupaten Banyumas.
- Baskara, K. A., Sukarno, B., & Riyanto, B. (2017). Motif Penggunaan Instagram Sebagai Referensi Wisata (Studi Khusus pada Mahasiswa Fisip Unisri Surakarta). *Transformasi*, 1.
- Bruns, A. (2019). *Instagram foodies: The performance of food in sosial media*. London: Bloomsbury Publishing.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian kualitatif Edisi Kedua*. Jakarta: Rosdakarya.
- collabstr. (2023). *2023 Influencer Marketing Report: Influencer Marketing Statistics, Trends, and Predictions*. Diambil kembali dari collabstr: <https://collabstr.com/2023-influencer-marketing-report>
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 32-41.
- Frommer, D. (2010). Here's how to use Instagram . *Bussiness Insider*, 1-23.
- Gillin & Gillin. (1954). *Cultural Sociology, a Revision of An Introduction to Sociology*. New York: The Macmillan Company.
- Girsang, D., & Sipayung, N. L. (2021). Peran Instagram terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Objek Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Kabupaten Simalungun (Pasca Pandemi Covid-19). *Jurnal Darma Agung*, 416-420.
- Hiikmat, M. (2011). *Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Iqbal, M. (2023, Mei 02). *Instagram Revenue and Usage Statistics (2023)*. Diambil kembali dari Bussiness of Apps: <https://www.businessofapps.com/data/Instagram-statistics/>
- Kemp, S. (2023, Februari 09). *Digital 2023: Indonesia*. Diambil kembali dari DataReportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Kemp, S. (2023, Januari 26). *The Changing World of Digital in 2023*. Diambil kembali dari wearesocial: <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/>
- Kuswarno, E. (2009). *Fenomenologi: Metodologi Penelitian Komunikasi*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Lukiani, E. R., Rizka, A. N., Afandi, T. Y., Surindra, B., Irmayanti, E., & Prastyaningtyas, E. W. (2021). Peran Instagram dalam Membentuk Perilaku Konsumsi Remaja. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 97-104.
- Maliki, Z. (2012). Rekontruksi Teori Sosial Modern. *Gajah Mada University Press*, 284-285.
- Mandala, R. G. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Referensi Kuliner Dikota Pekanbaru (Deskripsi Kualitatif Pada Remaja Club Mobil HRV Devotee Chapter Pekanbaru Dalam Mencari Referensi Kuliner Melalui Instagram). (*Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau*).
- Martono, N. (2015). *Metode Penelitian Sosial: Konsep-konsep kunci*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Moleong, L. J. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mustofa, M. (2022). Penggunaan Instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner: (Studi Kasus pada Akun Instagram @SoloInfo). *Solidaritas*.
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*, 2017.
- Nazir. (1988). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nur, A., & Tutiasri, R. P. (2022). Pemanfaatan Instagram @dapurbalikpapan Sebagai Media Promosi Kuliner Kota Balikpapan. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 871-884.
- Perttula, W. (2013). How internet marketing has changed over the years and what the future will bring. *Holistic Marketing Management Journal*, 8-12.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: Elex Media.
- Purwahida, R. (2017). Interaksi sosial pada kumpulan cerpen Potongan Cerita di Kartu Pos karangan Agus Noor dan implikasinya terhadap pembelajaran sastra di SMA. *Aksis: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 118-134.