

strategi komunikasi melalui media sosial. Hal tersebut dikarenakan saat ini, jarang ada teori khusus yang membahas tentang strategi komunikasi melalui media sosial.

2. Saran Praktis

Untuk pengelola akun Instagram '@dagelan', secara keseluruhan strategi komunikasi yang diterapkan dalam menarik pengiklan menggunakan jasa *paid promote* dapat dikatakan efektif. Namun, alangkah lebih baik apabila pengelola akun juga memiliki data jumlah rata-rata pengiklan yang telah menggunakan jasa *paid promote* '@dagelan' setiap bulannya. Alasannya adalah dengan memiliki data jumlah rata-rata pengiklan tersebut, pengelola bisa melihat konsistensi jumlah pengiklan. Tentunya, hal ini akan berdampak pada pola strategi yang digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2001. *Metode Penelitian Sosial: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Cangara, Hafied. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Uchjana Onong. 2004. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Effendy, Onong Uchjana. 2013. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Encyclopedia. 2003. *Encyclopedia of New Media: An Essential Reference to Communication and Technology*. New York: The Moschovitis Group.
- Feicheng Ma. 2015. *Information Communication*. China: Morgan & Claypool.
- Mc Quail, Dennis. 2000. *Mc Quail's Communication Theory (4th edition)*. London: Sage Publication.
- Mc Quail, Dennis. 2002. *Media Performance: Mass Communication and The Public Interest*. London: Sage Publication.
- Moleong, Lexy. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. 2015. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nova, Firsan. 2014. *PR WAR*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Pawito. 2010. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: PT.Lkis Pelangi Aksara.
- Qualman,Erik. 2009. *Socialnomics: How Social Media Transforms The Way We Live and Do Business*. Australia: John Wiley & Sons Inc.
- Safko, Lon. 2010. *The Social Media Bible: Tactics, Tools & Strategies for Business Success*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Smith, Ronald D. 2005. *Strategic Planning for Public Relation*. London: Laurence Erlbaum Associates Publisher.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sukmadinata, N.S. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Tuten, T.L. 2008. *Advertising 2.0: Social Media Marketing in a Web 2.0 World*. United States of America: Greenwood Publishing Group.
- Veloso, Maria. 2013. *Web Copy That Sells*. USA: Amaco.

JURNAL:

- Alfiansyah, Rizky dan Endri L. 2016. *Paid Promote Sebagai Media Promosi (Studi Kasus Paid Promote Miniinstaxpvj Sebagai Media Promosi Di Instagram Untuk Meningkatkan Keinginan Onlineshop Berpromosi)*. Universitas Islam Bandung Repository. <http://repository.unisba.ac.id/handle/123456789/7668> (diakses pada 19 Oktober 2016, 01:34 WIB).
- Bradley, Peter. 2015. *Instagram: Why Do We Post?*. Southern Illinois University at Edwardsville, ProQuest Dissertations Publishing. <http://e-resources.perpusnas.go.id:2071/docview/1689397064/previewPDF/2586263EAE184BA6PQ/1?accountid=25704>. (diakses pada 17 Oktober 2016, pukul 22:32 WIB).
- Davey, Christopher J., et. al. 2010. *New Media And The Courts: The Current Status and A Look at The Future*. Conference of Court Public Information Officers. <http://ccpio.org/wp-content/uploads/2012/02/2010-ccpio-report-summary.pdf>. (diakses pada 22 Oktober 2016, pukul 00:50 WIB).
- Delo, Cotton. 2014. *Why It's Hard to Be A Brand On Instagram?*. Advertising Age, Vol.85, No.8. <http://e-resources.perpusnas.go.id:2071/docview/1517089735/fulltext/BFBAB24B0271404CPQ/1?accountid=25704>. (diakses pada 17 Oktober 2016, pukul 22:13 WIB).
- Goyal, S. 2013. *Advertising on Social Media*. Scientific Journal of Pure And Applied Sciences, Vol.2, No.5: 220-223.
- Hochman, N. dan Raz Schwartz. 2012. *Visualizing Instagram: Tracing Cultural Visual Rhythms*. Association for The Advancement of Artificial Intelligence, Vol. 12, No.3: 6-9.
- Jothi, P.S, et. al. 2011. *Analysis of Social Networking Sites : A Study on Effective Communication Strategy in Developing Brand Communication*. Journal of Media and Communication Studies. Vol.3, No.7: 234-242.
- Nastiti, Diandini L. dkk. 2016. *Strategi Komunikasi Pemasaran Foodstagrammer Dalam Analisis SOSTAC (Studi Kasus Pada Akun Foodstagram @Caferesto_bdg Periode Januari-April 2016)*. Telkom Open Library. https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/116406/strategi-komunikasi-pemasaran-foodstagrammer-dalam-analisis-sostac-studi-kasus-pada-akun-foodstagram-caferesto_bdg-periode-januari-april-2016-.html. (diakses pada 17 September 2016, pukul 01:59 WIB).

Vukasovic, Tina. 2013. *Building Successful Brand By Using Social Networking Media*. Journal of Media and Communication Studies, Vol.5, No.6: 56-63.

SKRIPSI:

Adisty, Annisa Putri. 2015. *Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Terhadap Pemanfaatan Pendekatan AISAS oleh Online Shop Imagine Indonesia)*. Tesis Magister pada Universitas Indonesia.

Nihayah, Jiddatun. 2016. *Strategi Komunikasi Penggalangan Dana Sosial Sedekah Rombongan Melalui Instagram*. Skripsi Sarjana pada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Purnawarman, Bobby. 2013. *Evaluasi Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial (Studi Kasus Pada Kampanye Media Sosial Tirajeans "Guess What Happen Next")*. Tesis Magister pada Universitas Indonesia.

Sahar, Arshano. 2014. *Fenomena New Media 9Gag (Studi Observasi Terhadap Penggunaan Situs 9Gag dan Meme Oleh Remaja)*. Skripsi Sarjana pada Universitas Indonesia Depok.

INTERNET:

Ausick, Paul. 2016. "24/7 Wqll St: Instagram Claims 500 Million Users". <http://eresources.perpusnas.go.id:2071/docview/1798797684/fulltext/4D0B8D43582048C8PQ/1?accountid=25704>. (diakses pada 17 Oktober 2016, pukul 22:30 WIB).

Goodman, P. 2013. "Everything You Need to Know About Social Media Ads". <http://www.marketingcloud.com/sites/exacttarget/files/Everything-You-Need-to-know-about-Social-Media-Ads.pdf> . (diakses pada 19 September 2016, pukul 15:14 WIB).

Instagram. "Celebrating a Community of 400 Million". <http://blog.instagram.com/post/129662501137/150922-400million>. (diakses pada 19 September 2016, pukul 15:07 WIB).

Rainie, L., et. al. 2012. "Photos and Videos as Social Currency Online". <http://www.pewinternet.org/2012/09/13/photos-and-videos-as-social-currency-online/>. (diakses pada 25 November 2016, pukul 12:14 WIB).

Solopos. 2016. "Tahukah Anda? Inilah Pengertian dan Sejarah Singkat Istilah 'Meme'". <http://m.solopos.com/2016/03/08/tahukan-anda-inilah-pengertian->

[dan-sejarah-singkat-istilah-meme-698815](#) . (diakses pada 19 September 2016, pukul 18:28 WIB).

The Associated Press. 2014. “*Get Paid for Posts? Social Media’s New Twist*”. <http://www.inc.com/associated-press/get-paid-for-social-media-posts.html>. (diakses pada 17 Oktober 2016, pukul 21:46 WIB).

We Are Social. 2016. *Digital In 2016*. <http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016>. (diakses pada 18 Oktober 2016, pukul 18.20 WIB).

Wikipedia. 2016. “*Instagram*”. <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>. (diakses pada 19 September 2016, pukul 12:15 WIB).