

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia Tania, Restanti, Septiani, dan Fitria Aulia dkk. 2020. Media Sosial, Identitas, Transformasi dan Tantangannya. Inteligensia Media (Intrans Publishing Group):Universitas Muhammadiyah Malang.
- Dyah, Alyusi Shiefti. 2016. Media Sosial (Interaksi, Identitas Dan Modal Sosial). Kencana:Jakarta
- Denis, McQuail. Teori Komunikasi Massa, Jakarta: Erlangga, 1996.
- Diana Fitri Kusuma dan Mohamad Sugandi Syahriar. 2018. Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital. Vol.3, No.1.
- Desreumaux, Geoff “The Complete History Of *Instagram*” (Online), diakses pada 16 Januari 2020
- Facebook To Acquire Instagram (Online)*, diakses pada 16 januari 2020
- Hafied, Cangara. Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011.
- Jubilee, Enterprise. 2012. Instagram Untuk Fotografi Digital Dan Bisnis Kreatif. PT Elex Media Komputindo:Jakarta.
- Morissan. Teori Komunikasi Individu Hingga Massa, Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2013.
- Nurjaman, Kidar dan Khairul Umam. Komunikasi dan Publik Relation, Bandung: Pustaka Setia, 2012.
- Nasrulla, Rulli. Media Sosial (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017)
- Stiletto, Tim Book dan Afandi Ranny. 2019. How To Win Instagram. Stiletto Book:Yogyakarta.
- Sejarah *instagram*”(Online), diakses 16 Januari 2020

Yudhi.Banjaransari, Gumbiro. 2018. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Page Down Cloth Maker. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Situs internetan

Pemanfaatan%20Instagram%20sebagai%20media%20Branding%20pada%20Dream_Luliyana%20Rimawaty_SKRIPSI_2019.docx%20-%20Copy.pdf hlm 49.

<https://www.domainesia.com/tips/5-fitur-instagram-terbaru-untuk-bisnis/> diakses tgl 17 jam 12:57 WIT.

<https://www.domainesia.com/tips/5-fitur-instagram-terbaru-untuk-bisnis/> Diakses tgl 17 juli 2022 jam 15:22 WIT.

<https://iainambon.ac.id>, Diakses Pada 27 Oktober 2022, Pukul, 15.42 WIT