

## DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, R., & Oktavianti, R. (2019). Komunikasi Interaktif Food Blogger Pada Media Sosial Instagram (Studi Kasus Akun @Anak.Kuliner Dan @Eatandcouple). *Prologia*, 3(1), 209. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6241>
- Afriana, riza devi. (2017). Strategi Pelatihan Publick Speaking Course Dalam Membangun Kepercayaan Diri Studi Kasus Pada Mentee Kalangan Remaja Di Bicara Pede Academy. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 6(November), 5–24.
- Elvetta, O., Suryabi, A., & Jokom, R. (2018). Analisa Komunikasi Pemasaran Interaktof Melalui Instagra Restoran Madame Chang dan Hubungannya dengan Respon Konsumen. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 6(2), 102–113.<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/7452/6760>
- Marsudi, M. (2018). Strategi Komunikasi Interaktif Ciewie Batik. *Jurnal Komunikasi Islam*, 7(1), 108–120. <https://doi.org/10.15642/jki.2017.7.1.108-120>
- Nafsyah, A. S., Maulidyah, S. R., Nurlia, A. S., & Adhyanti, W. P. (2022). Analisis Konten Media Sosial Instagram By.U Sebagai Media Penyebaran Informasi & Komunikasi. *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 1. <https://doi.org/10.35842/massive.v2i2.57>
- Pamungkas, M. Z., & Sastika, W. (2021). *Analisis Pengembangan Komunikasi Pemasaran Interaktif Pada Media Sosial Instagram Pt. Telekomunikasi Indonesia Sto Banjaran, Bandung Tahun 2021 Interactive Marketing Communication Development Analysis on Social Media Instagram Pt. Telekomunikasi Indonesia*. 7(5), 1018. <https://apjii.or.id/>,
- Prahara, T. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi kasus Pada Online Shop SEIWAY di Tangerang selatan). *Cakrawala - Jurnal Humaniora*, 23(2), 81–

88. <https://doi.org/10.31294/jc.v23i2.19065>

Qorib, F., Rinata, A. R., & Fianto, L. (2021). Analisis Customer Engagement pada Akun Instagram @Oksigen\_Cafe Menggunakan The Circular Model of Some. *Avant Garde*, 9(2), 183. <https://doi.org/10.36080/ag.v9i2.1464>

Syaifitri, M. (2021). Strategi Komunikasi Interaktif Muslimahdaily. com dalam Mempertahankan Followers Melalui Media Sosial Instagram. In Repository.Uinjkt.Ac.Id. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/57606%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/57606/1/MUTIARADHA SAFITRI-FDK.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/57606%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/57606/1/MUTIARADHA%20SAFITRI-FDK.pdf)

Violita Saffira, G. H. M. E. P. (2020). Analisis Komunikasi Persuasif Pada Akun Instagram Frelynshop Dalam Meningkatkan Brand Image. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 227–240. <https://doi.org/10.35326/medialog.v3i2.788>