**DAFTAR PUSTAKA**

Atmoko, Bambang Dwi. (2012), *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*, Jakarta: Media Kita.

Agung Pratnyawan, 2019, Pengguna Instagram dan Facebook Indonesia Terbesar ke 4 di Dunia,di akses pada 20 Juni 2019, <https://www.suara.com/tekno/2019/06/19/133252/pengguna-instagram-dan-facebook-indonesia-terbesar-ke-4-di-dunia>

Agung Setyo Wardani, 2019, Jumlah Pengguna Instagram dan Facebook Indonesia Terbesar ke-4 di dunia, diakses pada 26 juni 2019, <https://www.liputan6.com/tekno/read/3998624/jumlah-pengguna-instagram-dan-facebook-indonesia-terbesar-ke-4-di-dunia?related=dable&utm_expid=.9Z4i5ypGQeGiS7w9arwTvQ.1&utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.co.id%2F>

Anggraeni, Anggraeni (2013) Skripsi: Strategi Public Relation TV9 dalam Membangun Citra Sebagai Televisi Lokal Relihi di Surabaya.

Ambarwati, Kirana (2009), Skripsi : Peran Dan Strategi Public Relations Dalam MembangunCitra.

Brogan, Chris. (2010). *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. John Wiley & Sons, Canada: John Wiley & Sons

Dailey, Patrick R. (2009). *Social Media: Finding Its Way into Your Business Strategy and Culture*, Burlington, Linkage, di akses pada 10 Maret 2019, <https://issuu.com/nvaslam/docs/social_media_vol.1>

Darmawan, 2018, *Apa itu content marketing*, diakses pada 30 september 2019, https://pamduanim.com/apa-itu-content-marketing/

Kotler, Armstrong (2008), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 2, Jakarta : Indeks

Katadata.co.id 2018, diakses pada 13 Maret 2019, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia>

Ludwianto, Bianda (2015), Skripsi: Strategi *Public Relations* PT. Tunas Bola dalam Membangun Citra Perusahaan.

Layona, R dan Budi Yulianto (2016), “Aplikasi Pencarian Informasi dan Lokasi Tempat Makan Pada Perangkat Moblie berbasis Android”. Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi, Vol. 02, No. Bina Nusantara University, di akses pada 13 maret 2019. <http://teknosi.fti.unad.ac.id/index.php/teknosi/article/view/30>

Moleong, J Lexy (2017), *Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi, Cetakan ke -36*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Pertiwi, Wahyunanda Kusuma 2018 , C*ara memakai fitur Instagram untuk mendongkrak bisnis, Kompas Tekno*, diakses pada 12 Maret 2019, <https://tekno.kompas.com/read/2018/11/09/18270017/cara-memakai-6-fitur-instagram-untuk-mendongkrak-bisnis?page=all>

Perdana, D.W dan Rizky, Y. Dewantara (2018), “ *Pemanfaatan Sistem Informasi Sebagai Pendukung Pemilihan Lokasi Wisata Kuliner* (Studi aplikasi pengguna Zomato)” Jurnal Administrasi (JAB), Vol. 55, No. 2 Universitas Brawijaya, diakses pada 13 maret 2019, http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view226

Ruslan, Rosady. (2008). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi,* Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

Soemirat, Soleh. dan Elvinaro Ardianto (2017), *Dasar – Dasar Public Relations,* Cetakan ke – 12, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Sugiyono (2017), *Meteode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cetakan ke -26, Bandung: Alfabeta

Sanjaya, Ridwan dan Josuha Taringan (2009), *Creative Digital Marketing*, Jakarta: Elex Media Komputindo

Widjaja, (2010), Komunikasi: *Komunikasi dan hubungan masyarakat*, Jakarta: Bumi Aksara