

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, J. L., Safitri, D., & Anindhita, W. (2022). *The Circular Model of Some in Instagram Management (Case Study: Forum Human Capital Indonesia)*. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 10(2), 5.
- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A. T. (2020). *The Future Of Social Media In Marketing*. *Journal of the Academy of Marketing science*, 48(1), 79-95.
- Ayun, L. D. Q. (2023). *Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Pada Akun@ handmadeshoesby (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur)*.
- Bojonegorokab. (2016). *Meriah, Bojonegoro Batik, Tenun, Craft dan Culinary 2016*. Retrieved from <https://bojonegorokab.go.id/berita/1950/meriah-bojonegoro-batik-tenun-craft-dan-culinary-2016>.
- Britannica, T. E. (2021, September 9). *Instagram*. In *Encyclopædia Britannica*. Retrieved from <https://www.britannica.com/topic/Instagram>.
- Brunner, B. R. (2019). *Public Relations Theory: Applications and Understanding*. Hoboken: Wiley-Blackwell.
- Caropeboka, R. M. (2017). *Konsep Dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Chrismardani, Y. (2014). *Komunikasi pemasaran terpadu: Implementasi untuk UMKM*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 1-141
- Datareportal (2023). *Social Media Users*. Retrieved from <https://datareportal.com/social-media-users>.
- Dianastuti, W. A., Rahmiaji, L. R., Lestari, S. B., & Naryoso, A. (2015). *Penggunaan Instagram sebagai Media Promosi Kuliner Kota Semarang (Studi Kasus pada Komunitas Online@ jakulsemarang)*. *Interaksi Online*, 4(1).
- Dixon, S. J. (2023). *Countries With Most Instagram Users*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>.
- Facebook. (2019). *How Instagram boosts brands and drives sales*. Retrieved from https://web.facebook.com/business/news/insights/how-instagram-boosts-brands-and-drives-sales?_rdc=1&_rdr&wtsid=rdr_0DP8qN2hRMFBPxBbK.
- Fadlilah, H. H. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Ping And Read Coffee Di Kota Bandung (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran*

- Melalui Media Sosial Instagram@ pingandread coffe) (Doctoral dissertation, FISIP UNPAS).
- Febrianto, B. (2018, Juni 5). Evelyn Kristiana dan Lala Ummah, Hobi Makan Jadi Ladang Bisnis. Radar Bojonegoro Jawa Pos.
- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi pemasaran. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Freberg, K. (2019). *Social Media for Strategic Communication*. California: SAGE Publications.
- Harun, B. L. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pada Thrift Shop Online@ Men. Da. Ur Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk (Studi Deskriptif Kualitatif Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pemasaran) (Doctoral dissertation, UPN "Veteran" Jawa Timur).
- Henderson, J. C. (2009). *Food tourism reviewed*. *British Food Journal*, 111(4), 317-326.
- Hootsuite. (2023). *Instagram Marketing: Complete Guide + 18 Strategies*. <https://blog.hootsuite.com/instagram-marketing/>.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681309001232>.
- Kompasiana. (2023). Ledre, Oleh-oleh Khas Bojonegoro. Retrieved from <https://www.kompasiana.com/candraayu/5adc8ac5bde5754c772aa302/ledre-oleh-oleh-khas-bojonegoro>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Luttrell, G. (2022). *The Circular Model of SOME for Social Communication*. Retrieved from <https://ginaluttrellphd.com/the-circular-model-of-some-for-social-communication>.
- Luttrell, R. (2015). *Social Media: How to Engage, Share, and Connect*. Rowman. <https://rowman.com/ISBN/9781538154434/Social-Media-How-to-Engage-Share-and-Connect-Fourth-Edition>.
- Manalu, M. (2023, October). *The Evaluation of Marketing Communication Through Instagram for Umkm As A Strategy in Pandemic Time*. In The 6th

- International Conference on Vocational Education Applied Science and Technology (ICVEAST 2023) (pp. 584-601). Atlantis Press.
- Millenia, A. F. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran “Synchronize Fest 2022” Melalui Instagram Untuk Meningkatkan Minat Penonton. Repository UPN Veteran Jawa Timur. <http://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/15312>.
- Moleong, L. J. (2011). Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Cetakan Keduapuluhsembilan. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2005). Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Simbiosis Rekatama Media.
- Rahardjo, M. (2018). Paradigma Interpretif. Retrieved from <http://repository.uin-malang.ac.id/2437/>.
- Razo, V. (2023). How to Create Instagram Ads that Drive Sales: 7 Best Practices. Grin. <https://grin.co/blog/instagram-ads-examples-that-will-drive-sales/>.
- Saleh, Sirajuddin. (2017). Analisis Data Kualitatif. Bandung: Pustaka Ramadhan.
- Sproutsocial. (2023). *Instagram Marketing: The Ultimate Strategy Guide*. Retrieved from <https://sproutsocial.com/insights/instagram-marketing-strategy/>.
- Sproutsocial. (2023). *Instagram Statistics You Need To Know For 2023*. Retrieved from <https://sproutsocial.com/insights/instagram-stats/>.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tempo. (2023). 3 Abad Lebih Kabupaten Bojonegoro, Ini Deretan 7 Kuliner Khasnya Retrieved from <https://travel.tempo.co/read/1786736/3-abad-lebih-kabupaten-bojonegoro-ini-deretan-7-kuliner-khasnya-wajib-dicipi>.
- Tjiptono, F. (1997). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tranggono, D., Achmad, Z. A., & Nurhaqiqi, H. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Batik Tulis Di Era Digital. Surabaya: CV. Putra Media Nusantara.
- Tunnisa, F., & Abadin, S. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Batamliciouz Melalui Akun Instagram Dalam Memasarkan Usaha Di Kota Batam. *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(3).

Zuliana, S., Rafdeadi, R., & Sitorus, S. H. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Akun Instagram@ Tembilahan. Kuliner Sebagai Media Paid Promote Umkm Di Kota Tembilahan. Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi, 5(1), 40-48.