

DAFTAR PUSTAKA

- Adnani, K. (2021). *Metodologi Penelitian Komunikasi Kualitatif dan Kuantitatif*. EFUDEPRESS.
- Ali, M. R. A. dan D. S. F. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram (Studi Kasus Forever Young Crew) Marketing Communication Strategy Through Instagram Media (Case Study Forever Young Crew). *e-Proceeding of Managemen*, 4(3), 3123–3130.
- Anggraeni, H. ... Fahyuni, E. F. (2019). Penguatan Blended Learning Berbasis Literasi Digital Dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Kependidikan Islam*, 9(2), 191–203. <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/idarohe-ISSN:2580-2453><https://doi.org/10.24042/alidarah.v9i2.5168>
- Anisyahrini, R., & Bajari, A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Pengelola Clothing Line di Instagram. *PRofesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(2), 237. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i2.18920>
- Annisa, A., & Adiwibowo, B. S. (2025). Strategi Komunikasi Persuasif Forum Generasi Berencana di Wilayah Kembangan dalam Meningkatkan Kesadaran Remaja Tentang Pernikahan Dini Berdasarkan. *IIP-Jurnal Ilmiah*, 8(3), 3072. <http://www.jiip.stkipyapisdampu.ac.id/jiip/index.php/JIIP/article/view/7392>
- Aprilya, T. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Nadyasfashop Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 13–23.
- Aulia, S. U. ... Dewi Agustin Pratama Sari. (2025). Analisis Promosi Instagram Melalui Pendekatan AISAS pada Atlantis Water Adventure Ancol. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 4(1), 335–359. <https://doi.org/10.30640/digital.v4i1.3947>
- Barokah, S. ... Anggiany, Z. (2020). Strategi Adaptif Kedai Kopi “Coffeebreak” Purwokerto Dalam Upaya Menyongsong New Normal. *Intelektiva: Jurnal*

- Ekonomi, Sosial, & Humaniora*, 1(12), 150–160.
- Dhea, N., & Amalia, D. (2023). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Digital @surabayaterkini melalui Model AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) pada Tiktok. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(9), 6846–6853. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i9.2835>
- Diningrum, A. E., & Rachmawanti, R. (2024). Analisis Model Aisas Menggunakan Instagram Sebagai Strategi Pt Asuransi Tokio Marine Indonesia. *SEIKO: Journal of ...*, 7(2), 1436–1450. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/6815>
- Fajriani, M. D., & Nursholih, S. (2023). Penerapan Model Komunikasi Pemasaran Aisas Dan Teori Komunikasi Harold D. Laswell Pada Bobobox Bersama Daniel Mananta. *Desain Komunikasi Visual Manajemen Desain dan Periklanan (Demandia)*, 8(2), 191. <https://doi.org/10.25124/demandia.v8i2.5201>
- Fariastuti, I., & Azis, M. A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Onefourthree.Co di Instagram dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 2(1), 54–69.
- Fauzi, F. N., & Indah, E. O. (2021). Kontribusi Ilmu Komunikasi Pada Ilmu Dakwah. *Ath Thariq Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 5(1), 71. https://doi.org/10.32332/ath_thariq.v5i1.2998
- Febriani, N. (2021). Efektivitas strategi komunikasi pemasaran celebrity endorsement di Instagram terhadap generasi Z. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 238. <https://doi.org/10.24198/jmk.v5i2.27682>
- Ferica, S., & Parlindungan, D. R. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Online Shop @ diet _ inget _ irwan. *KALBISOCIO Jurnal Bisnis dan Komunikasi*, 7(2), 53–58.
- Fiantika, F. R. ... Wahyuni, S. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasini* (Nomor Maret). <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>
- Fiisabilillah, A. F. ... Trulline, P. (2023). Strategi komunikasi pemasaran digital

- melalui akun Instagram @Crito_. *Comdent: Communication Student Journal*, 1(1), 184. <https://doi.org/10.24198/comdent.v1i1.45741>
- Harahap, W. L. ... Pratama, D. A. (2025). PENJUALAN SABILA CRAFT DENGAN METODE AISAS ANALYSIS OF THE USE OF SOCIAL MEDIA ADVERTISING ON SABILA CRAFT SALES USING THE AISAS *journal.ubm.ac.id*, 8(1), 75–85. <https://journal.ubm.ac.id/index.php/titik-imaji/article/view/8182>
- Haryoko, S. ... Arwadi, F. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*.
- Hasanudin, Y. ... 2025, undefined. (2025). DIGITAL MARKETING COMMUNICATION STRATEGY IN BRAND PROMOTION JCO IS AN INDONESIAN PRODUCT. *journalpedia.com*, 07(1). <https://journalpedia.com/1/index.php/jtk/article/view/4617>
- Husain, B. A., & Setianingrum, V. M. (2025). EFEKTIVITAS EVENT DALAM PROMOSI DIGITAL GRESSMALL GESIK UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN. *The Commercium*, 9(2), 144–154. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/tc.v9i2.66674>
- Kotaro, S. ... Tim. (2011). *The Dentsu Way*. McGraw-Hill.
- Kotler, & Keller. (2012). *Marketing Management*. Person Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kuswandy, J., & Aulia, S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Instagram Online Shop (Studi Kasus Online Shop Mishalot Florist). *Kiwari*, 1(3), 415–423. <https://doi.org/10.24912/ki.v1i3.15752>
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). *Theories of Human Communication* (10 ed.). Wadsworth Cengage Learning.
- Marasabessy, S. A. N., & Dimiyati, D. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Lucrum Place dan Coffee melalui Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial dan Informasi*, 9(4), 938–950.
- Miles, M. B. ... Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis*. SAGE Publication

India Inc.

- Muallimah, H. (2021). Kajian Penerapan Strategi Komunikasi Aisas Terhadap Perancangan Desain Komunikasi Visual. *Kreatif: Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental dan Inovatif*, 3(02), 1–10. <https://doi.org/10.53580/files.v3i02.30>
- Mukarom, Z. (2020). *Teori-Teori Komunikasi*. Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Mukhyi, M. A. (2023). *Metodologi Penelitian Panduan Praktis Penelitian Yang Efektif*. PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- M. Maulizar, S. Subhani, K. Kamaruddin, M. Muchlis. (2024). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jemba: Jurnal Ekonomi* 3(2), 6
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 4(1), 23. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i1.7616>
- Ningsih, R. Y. ... Syarifuddin, M. (2024). *Analisis Teori AISAS dalam Strategi Komunikasi Pemasaran pada Akun Instagram @waturumpuk_mendak*. 3, 39–46.
- Prasanti, E. ... Tutiasri, R. P. (2023). Impelementasi Teori AISAS dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Digital @stripesmestore di Instagram. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(5), 3017–3022. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i5.1997>
- Putra, F. D., & Hajar, M. F. (2023). Segmenting, Targeting, Differentiation, dan Positioning pada Digital Campaign Instagram @sebarkebersihan. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 3(2), 311–320. <https://doi.org/10.54082/jupin.160>
- Rahmah, F. N., & Murdowo, D. (2025). Analysis of PT RSI's Instagram Promotion

- Strategy Based on the AISAS Model. *PERSPEKTIF*, 14(2).
<https://doi.org/10.31289/perspektif.v14i2.14081>
- Ramadhan, B. R., & Gartanti, W. T. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Bengkel Kulit Melalui Instagram. *Jurnal Riset Public Relations*, 47–52.
<https://doi.org/10.29313/jrpr.vi.886>
- Setiawan, Z. ... Sari, M. D. (2024). *Strategi Pemasaran : Konsep dan Inovasi Pemasaran di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. University of Illinois Press.
- Sofiyana, A. ... 2025, U. (2025). Analisis Promosi Instagram Melalui Pendekatan AISAS pada Atlantis Water Adventure Ancol. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce* /, 4(1).
<https://dinastires.org/JAFM/article/view/1330>
- Sucipto, K. R. R., & Yahya, A. F. (2022). Strategi komunikasi pemasaran digital subway indonesia melalui reels instagram @subway.indonesia. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(1), 68–78.
<https://doi.org/10.25139/jkp.v6i1.4456>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung. Alfabeta.
- Suryadi, E. (2018). *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*. Remaja Rosdakarya.