

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, K. Z., Soegiarto, A., Masyarakat, H., & Jakarta, U. N. (2021). PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI Media online yang dapat digunakan oleh pengguna nya dengan berbagai aktivitas seperti joining , sharing , dan atau isi dari media sosial mereka pada dianggap sebagai media online yang dapat mengubah komunikasi. *Jurnal Riset Komunikasi*, 12(2).
- Agustina, R. (2022). *Implementasi Pemanfaatan Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan Prestasi Belajar Siswa Kelas IX Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam di SMPN 54 Palembang*.
- Amalia Yunia Rahmawati. (2020a). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan*. July, 1–23.
- Amalia Yunia Rahmawati. (2020b). *Pengaruh Penggunaan Media Pembelajaran Tangga Pintar*. 25(July), 1–23.
- Approach, C. G. (2016). 濟無No Title No Title No Title. 1–23.
- Azel, F. E., & Kusdibyo, L. (2022). Analisis Persepsi Uses and Gratification Theory dan Minat Beli: Studi Kasus Parfum Brand Lokal di Indonesia. *Prosiding Industrial Research Workshop ...*, 13–14. <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/4372%0Ahttps://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/4372/2887>
- Dian, K., Puspita, D., Suhartika, P., & Ginting, R. T. (2022). Strategi Promosi Perpustakaan Di Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Perpustakaan Dan Informasi (JIPUS)*, 2(1), 29–33.
- Karunia H, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92–104. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>
- Maretno, S., & Marlini, M. (2021). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi Perpustakaan. *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 5(1), 58–71. <https://doi.org/10.30631/baitululum.v5i1.98>
- Putri, M. K., & Suharso, P. (2023). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi oleh Perpustakaan Nasional Republik Indonesia Selama Pandemi Covid-19. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 7(2), 215–232. <https://doi.org/10.14710/anuva.7.2.215-232>
- Ridha Djamaluddin, A., Hastjarjo, S., & Agung Satyawan, I. (2023). Virtual Communication Culture in the Post-Pandemic Era. *KnE Social Sciences*, 2023, 147–155. <https://doi.org/10.18502/kss.v8i3.12823>

- Rozi, R. F. (2023). *Kajian Uses and Gratification Pengguna Media Sosial Untuk Mendukung Performa Penjualan Film Melalui Opini Pra-Konsumsi*. 6, 64–79.
- Saraswati, D. A., & Hastasari, C. (2020). Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co Dalam Mempertahankan Brand Engagement. *Biokultur*, 9(2), 152. <https://doi.org/10.20473/bk.v9i2.22980>
- Saraswati, H. D. (2021). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 10(1), 17–30. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/37997>
- Sardi, A. N. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Kegiatan Kehumasan Perpustakaan Ipdn Jatinangor. *Jurnal Teknologi Dan Komunikasi Pemerintahan*, 3(2), 70–82. <https://doi.org/10.33701/jtkp.v3i2.2312>
- Singgih Miyata dan Ec Eddy Madiono Sutanto, N., Manajemen Bisnis, P., Studi Manajemen, P., & Ekonomi, F. (2019). Efektivitas Penggunaan Instagram sebagai Media Promosi Perpustakaan Universitas Kristen Petra. *Agora*, 7(2), 287046. <https://www.neliti.com/publications/287046/>
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Suhendar, S. (2018). the Positive and Negative Effect of Social Media on the Youth'S State and Nation Development. *Journal of English Language and Literature (JELL)*, 3(02), 115–130. <https://doi.org/10.37110/jell.v3i02.56>
- Supriyatno, H. (2019). Strategi pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan: Studi analisis persepsi pemustaka tentang efektifitas pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi layanan Perpustakaan UIN Sunan Ampel. *Indonesian Journal of Academic Librarianship*, 3(3), 33–45. <https://techno.okezone.com>
- Surat Al-Furqan Ayat 56 Arab, Latin, Terjemah dan Tafsir | Baca di TafsirWeb. (n.d.). Retrieved January 19, 2024, from <https://tafsirweb.com/6312-surat-al-furqan-ayat-56.html>
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>
- Syafril, S., & Hadziq, M. F. (2021). Islamic Principles in Marketing: An Overview of Islamic Marketing mix in Social-Media Campaign. *El-Qish: Journal of Islamic Economics*, 1(1), 69–82. <https://doi.org/10.33830/elqish.v1i1.1568.2021>
- Tamara, D. Y. (2020). PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Study pada Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung). *Radenintan.Ac.Id*, 1–51.

The future of social media in marketing _ Enhanced Reader. (n.d.).

Watajdid, N. I., Lathifah, A., Andini, D. S., & Fitroh, F. (2021). Systematic Literature Review: Peran Media Sosial Instagram Terhadap Perkembangan Digital Marketing. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 20(2), 163–179. <https://doi.org/10.14710/jspi.v20i2.163-179>

Yoon, C. (2014). 済無No Title No Title No Title. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 2(2), 1–6.