

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfaruq, N, A. (2021). Pengaruh Instagram Ads (Advertising) Dalam Membangun Brand. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, Vol.9, No.2*, 15.
- Gumilar, G. (2015). PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI OLEH PENGELOLA INDUSTRI KREATIF FASHION DI KOTA BANDUNG. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi, Vol V, No.2*, 8.
- Haerisma, A, S. (2018). Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran. *Al-Amwal, Vol 10, No.1*, 14.
- Kadiasti, R., Mukaromah. (2022). PENDEKATAN AISAS DALAM POST INSTAGRAM CAROUSEL SEBAGAI STRATEGI PROMOSI PADA MUSEUM RANGGAWARSITA. *Jurnal Komunkasi Visual, Vol.15, No.1*, 11.
- Megadini, R., Anggapuspa, M, L. (2021). PERANCANGAN FEED INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI TAPE KETAN SURABAYA. *Jurnal Barik, Vol 3, No.1*, 13.
- Putri, D., Yosepha, Y, S. (2023). PENGARUH PROMOSI INSTAGRAM DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTORAN CEPAT SAJI BURGER KING DI JATIASIH. *Jurnal Ilmiah M-Progress, Vol.13, No.1*, 12.
- Sakti, B, C., Yulianto, M. (2018). 1PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PEMBENTUKAN IDENTITAS DIRI REMAJA. *Jurusan Ilmu Komunikasi, Vol 6, No.4*, 12.

Soraya, I. (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta). *Jurnal Komunikasi, Vol VIII, No.2, 9*.

Wijaya, P, R. (2022). PERANCANGAN DESAIN T-SHIRT DAN KONTEN MEDIA SOSIAL PADA FULLCOVER CLOTH. 38.