

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ade, Putra Ode Amane, dkk. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif (Perspektif Bidang Ilmu Sosial)*. Jambi: Indonesia. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Albi, Anggito dan Johan Setiawan. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak.
- Buku Ajar Cyber Public Relations. (2024). (n.p.): PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Belajar Social Media Marketing. (2019). (n.p.): Elex media komputindo.
- Chandra, F. (2021). *Social Media Marketing, Strategi Memaksimalkan Media Sosial*. Diva Press.
- Harsanto, B. (2017). *Inovasi pembelajaran di Era Digital: menggunakan Google sites dan media sosial*. Unpad press.
- Maksum, H., & Purwanto, W. (2019). *Model Pembelajaran Pendidikan Vokasi Otomotif (PVO)*. UNP PRESS.
- OctaviaASP, D. (2015). *Relevansi Nilai Dari Laba Per Saham Dan Nilai Buku Ekuitas Pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif Di Bursa Efek Indonesia (Bei)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Pengelolaan Bengkel Sepeda Motor SMK/MAK Kelas XII. *Program Keahlian Teknik Otomotif. Kompetensi Keahlian Teknik dan Bisnis Sepeda Motor..* (2021). (n.p.): Penerbit Andi.
- Potensi Masa Depan Elektrifikasi Kendaraan Bermotor di Indonesia: Sebuah Analisis Strategis Rantai Pasok. (2023). (n.p.): Universitas Brawijaya Press.

JURNAL

- Armando, R. (2021). *Analisis Isi Perbandingan Pesan Pada Video Review Konten Otomotif Di Kanal Youtube Otodriver/Raihan Armando/66160341/Pembimbing: Deavvy MRY Johassan*.
- Chania, M. (2023). *Personal Branding Vina Maulina Melalui Media Sosial Tiktok*.
- Damastuti, R. (2021). *Membedah feeds instagram produk skincare lokal (analisis isi kuantitatif akun instagram Avoskin)*. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 5(2), 189-199.
- Feroza, C. S. B., & Misnawati, D. (2020). *Penggunaan media sosial instagram pada akun@yhoophii_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan*. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32-41.
- Nastiti, Syafiq Ayu (2024) *Pengemasan Pesan Pariwisata pada Akun Tiktok @bobobox_id (Analisis Isi Kualitatif Konten Bobocabin Periode Februari 2023 – Februari 2024)*. Undergraduate thesis, Universitas Pembangunan Jaya.

- Nandhita, A. H., Harto, B., & Panji, P. (2023). Efektifitas Komunikasi Pemasaran Bisnis UMKM Melalui Fitur Reels Instagram. *Komversal*, 5 (1), 40–51.
- Putri, N. E., Mutiah, S., & Kom, M. I. (2022). STRATEGI PENGEMASAN PESAN E-MARKETING PADA FOOD VLOGGER. *The Commercium*, 5(3), 129-146.
- Permassanty, T. D., & Muntiani, M. (2018). Strategi Komunikasi Komunitas Virtual dalam Mempromosikan Tangerang Melalui Media Sosial. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 21(2).
- Rahmadhani, Clarissa Azzura (2024) *Pengemasan Pesan Informasi Pada Akun Instagram @Cegahstunting (Analisis Isi Kuantitatif Periode Januari 2022 – Desember 2023)*. Undergraduate thesis, Universitas Pembangunan Jaya.
- Saifulloh, M., & Siregar, M. U. (2019). Pengungkapan diri Gofar Hilman sebagai influencer melalui media Instagram. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 2(2), 167-180.
- Sucipto, K. R. R., & Yahya, A. F. (2022). Strategi komunikasi pemasaran digital subway indonesia melalui reels instagram@ subway. indonesia. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(1), 068-078.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram@ Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118-133.
- Setiawan, A., & Satwikasari, A. F. (2021). Tinjauan Arsitektur Ekologis Pada Pusat Otomotif (Audi Centre, Singapura). *Journal of Architectural Design and Development (JAD)*, 2(1), 44-53.
- Tania, C., & Laksono, V. B. (2022). Strategi Pesan Persuasif di Media Sosial Instagram@ somethinofficial. *Avant Garde*, 10(1), 30.
- Veranita, M., Susilowati, R., & Yusuf, R. (2021). Pemanfaatan Platform Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Akun@ kolakcampurkolaku). *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 17(3), 279-290.
- Wansani, S. D., & Mispiyanti, M. (2022). Pengaruh price earning ratio, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel moderasi: Studi pada perusahaan sub sektor otomotif dan komponen yang terdaftar di BEI periode 2018-2020. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(2), 265-281.