

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. 2012. *Manajemen Pemasaran* . Jakarta: Rajawali Pers.
- Anhita, Pundra R. 2021. *Komunikasi Visual Vol. 1*. Purwokerto: Zahira Media Publisher.
- Cenadi, Christine Suharto. 1999, *Elemen-Elemen Dalam Desain Komunikasi Visual*, Jakarta
- Duarianto, D., Sugiarto., Widjaja,A.W., & Supratikno, H. 2003. *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*.Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, Onong Uchjana, 1989. *KAMUS KOMUNIKASI*, PT Mandar Maju, Bandung.
- Effendy, Onong Uchjana, 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Hasri, Dianta. 2021. *Digital Marketing Black Box : Konsep Dasar, Strategi, dan Implementasi*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Kennedy, J., & Soemanegara, D. 2006. *Marketing Communication : Taktik & Strategi*. Jakarta: Bhuana Ilmu Komputer.
- Kenney, Keith. 2009. *Visual Communication Research Designs*. Francis: Taylor & Francis.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler,P., Hermawan K., Iwan Setiawan. (2021). *Marketing 5.0 : Teknologi untuk Kemanusiaan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kusrianto, Adi. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Marliani Lili, Achadi Anhari, 2019. *The Effectiveness Of Instagram As A Promotion Media At Citra Ananda Maternal And Child Health Hospital, Ciputat*,
- Pemerintah Indonesia. 2021. *Peraturan Kementerian Kesehatan No. 10 Tahun 2021 tentang Pelaksanaan vaksinasi dalam Rangka Penanggulangan Pandemi COVID-19*. Jakarta

- Pemerintah Indonesia. 2021. *Peraturan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 8 Tahun 2021 tentang Rumah Sakit Perguruan Tinggi*. Jakarta
- Pemerintah Indonesia. 2022. *Surat Edaran Kementerian Kesehatan Republik Indonesia No. SR. 02.06/II/1188/2022 tentang Penambahan Regimen Vaksinasi COVID-19 Dosis Lanjutan (Booster)*. Jakarta
- Pemerintah Indonesia. 2022. *Surat Edaran Satuan Tugas Penanganan Covid-19 No. 21 Tahun 2022 tentang Ketentuan Perjalanan Orang Dalam Negeri Pada Masa Pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*. Jakarta
- Rakhmat, Jalaluddin, 2011. *Psikologi Komunikasi*, PT REMAJA ROSADA KARYA, Bandung.
- Riki, R., Kremer, H., Suratman, S., Ciptoputra, V. A. A., & Hazriyanto, H. (2023) Efektivitas Penggunaan Media Sosial dalam Peranan sebagai Sarana Komunikasi dan Promosi Produk. *Jurnal Cafeteria*, <https://doi.org/10.51742/Akuntansi.V4i1.811>
- Sabila, Sheila Helwa, 2022. *Efektivitas Instagram sebagai media Komunikasi Pemasaran Produk Pangan Olahan Hasil Perikanan UMKM Si Petek*, Jurnal, Bogor: Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat. Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor.
- S. Gunelius. 2010. *30 Minute Social Media Marketing: Step-by-Step Techniques to Spread the Word About Your Business*. McGraw Hill Profesional.
- Santi, I. A. 2012. *Hubungan Karakteristik Sosial Demografi Konsumen Dengan Respon Terhadap Stimuli Komunikasi Pemasaran (Produk Bancassurance AIA-BCA)*. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*.
- Santoso, A. P. 2017. Pengaruh konten post Instagram terhadap online Engagement. Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita. Institusi Teknologi Sepuluh November
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyono, Rahmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.

Tankard, J. W. 2009. Teori Komunikasi, Sejarah Metode dan Terapan dalam Media Massa. Kencana Prenada Media Group.

Zilfania Veby, 2019. *Komunikasi Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Toko Kue Selebriti Bandung Makuta (@bandungmakuta) Terhadap Kesadaran Merek*. E-Jurnal Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.