

Daftar Pustaka

- Abdullah, T. (2003). *Manajemen Produksi dan Industri Kecil*.
- Amara, D., & Putri, I. P. (2020). Pengaruh Context, Communication, Collaboration, Connection pada akun Twitter @Jokoanwar terhadap Minat Menonton Film Gundala. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 7302–7314.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Media Kita.
- Belch, George, E. & Belch, M. A. (2004). *Advertising and Promotion*. McGraw-Hill Education.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. In *Journal of Computer-Mediated Communication* (Vol. 13, Issue 1). <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Brogan, C. (2010). *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Cultivate, and Measure Success in the New Web*. John Wiley & Sons, Inc.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* (Edisi Semb). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giriwijoyo, S. Y. S. (2005). *Manusia dan Olahraga*. Institut Teknologi Bandung.
- Griffin, E. (2019). *A First Look at Communication Theory* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Hamidi. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Pendekatan Praktis Penulis Proposal dan Laporan Penelitian*. UU Pers.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Karr, D. (2016). *How to Map Your Content to Unpredictable Customer Journey*. [http://learn.meltwater.com/rs/486-VOS-157/images/Mapping Content Marketing eBook.pdf](http://learn.meltwater.com/rs/486-VOS-157/images/Mapping_Content_Marketing_eBook.pdf)
- Kinncar, T. C. and J. R. T. (2003). *Riset Pemasaran* (Terjemahan). Erlangga.
- Kotler, Philip. Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Bergerak Dari Tradisional ke Digital*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Phillip & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kristiyanto, A. (2012). *Pembangunan Olahraga untuk Kesejahteraan Rakyat dan Kejayaan Bangsa*. Yuma Pustaka.
- Kriyantono, R. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana.

- Kurniawan, A. W. dan Z. P. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Littlejohn, S., Karen, A. F. (2008). *Theories of Human Communication* (Ninth Edit). Thomson Wadsworth.
- Littlejohn, S.W. & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. Sage Publication.
- Luik, J. E. (2020). *Media Baru: Sebuah Pengantar*. Kencana.
- Lumintuarso, R. (2005). *Globalisasi Industri Olahraga*.
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Mcquail, D. (2010). *MCQuail's Mass Communication Theory* (6th Ed.). Sage Publication.
- Miles, J. (2014). *Instagram Power: Build Your Brand and Reach More Customers with the Power of Pictures*. McGraw-Hill Education.
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)* (1st ed.). Kencana Prenada Media Group.
- Nazir, M. (2003). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Neolaka, A. (2016). *Metode Penelitian dan Statistik*. Remaja Rosdakarya.
- Neuman, W. L. (2013). *Metode Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Indeks.
- Nisrina, M. (2015). *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Kobis.
- Nugroho, S. (2019). *Industri Olahraga*. UNY PRESS.
- Nurdin, I. & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Cendekia.
- Parks, J.B., Zanger B.R.K., and Q. J. (1998). *Contemporary Sport Management*. Human Kinetics.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *The Elaboration Likelihood Model of Persuasion .pdf*. Academic Press.
- Priyatno, D. (2014). *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*. Mediakom.
- Priyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Zifatama Publishing.
- Rachman, F., Ginting, R., & Amir, H. (2015). Pengaruh Stimulus Produk, Harga dan Promosi terhadap Minat Bli Produk Baru. *Epigram*, 12(1), 27–34.
- Riese, P., & Major, &. (2010). *International Conference on Digital Libraries 2016*.

- Saebani, B. A. (2017). *Pedoman Aplikatif Metode Penelitian dalam Penyusunan Karya Ilmiah, Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Pustaka Setia.
- Sengupta, S., & Mukherji, D. K. (2021). *Media & Entertainment Industry: An Overview*. <https://avasant.com/insights/publications/technology-optimization/mediaentertainment-industry-an-overveiw/>
- Solis, B. (2010). ENGAGE The Complete Guide for BRANDS and BUSINESS to Build, Cultivate, and Measure Success in The New Web. In *Correspondencias & Análisis* (Issue 15018). John Wiley & Sons, Inc.
- Sugiyono & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuatitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional)*. ALFABETA.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. CV. Pustaka Setia.
- Świeczak, W. (2012). Content marketing as an important element of marketing strategy of scientific institutions. *Transactions of the Institute of Aviation*, 226(5), 133–150. <https://doi.org/10.5604/05096669.1077480>