

DAFTAR PUSTAKA

- “About Instagram Insights,” Meta Business Help Center, diakses Juli 2025.
- “The Power of Instagram's Algorithm in Boosting Visibility of Small Businesses,” *International Journal of Engineering and Management Research*, April 2023.
- Aditya Ari Hanggono, skk, “Aditya TAM (Technology Acceptance Model) Dalam Mendukung Bisnis Online dengan Memanfaatkan Jejaring Sosial Instagram” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 26, No. 1 (September, 2015)
- Andreas M. Kaplan and Michael Haenlein, “Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media,” *Business Horizons* 53, no. 1 (2010): 59–68.
- Ansh Jindal dkk., “Customer Engagement Through Emotional Branding:,” dalam *Advances in Marketing, Customer Relationship Management, and E-Services*, ed. oleh Monika Gupta dkk. (IGI Global, 2022), <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-5897-6.ch016>.
- Arguanda Pribadi, “Transformasi Digital dalam Konteks Sosial Budaya,” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 15, no. 1 (2020): 22.
- Atmoko, Bambang Dwi. *Instagram Handbook: Panduan Visual Marketing dengan Instagram*. Jakarta: Media Kita, 2012
- Bella Safitri dan Azfa Mutiara Ahmad Pabulo, “Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pengembangan Pemasaran UMKM: Studi Kasus Hntnugraheniboutique Fashion,” *Aksi Nyata : Jurnal Pengabdian Sosial dan Kemanusiaan* 1, no. 3 (2024): 110–14, <https://doi.org/10.62383/aksinyata.v1i3.327>.
- Brian Solis, *The Digital Transformation Playbook* (New York: Wiley, 2016), 22.
- Cindie Sya'bania Feroza dan Desy Misnawati, “PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHII_OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN

- PELANGGAN,” *Jurnal Inovasi* 14, no. 1 (2020): 32–41, <https://doi.org/10.33557/ji.v14i1.1397>.
- Cindie Sya’bania Feroza dan Desy Misnawati, *Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi dengan Pelanggan* (Jakarta: Universitas Budi Luhur, 2022).
- Cindy Yolanda, “Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia,” *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS* 2, no. 3 (2024): 170–86, <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>.
- Damsar, *Pengantar Sosiologi Pendidikan* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 1996), 44.
- Dan Zarrella, *The Science of Social Media* (San Francisco: O’Reilly Media, 2013), 45.
- DigiNext. (2024). *Transformasi digital UMKM di Indonesia: Tantangan, peluang, dan dukungan digitalisasi*.
- Divya, W. (2022). Difusi inovasi berbasis pelayanan digital desa. *Jurnal Teknologi dan Informasi*, 14(1), 33–42.
- Donna Z. Davis and Susan M. B. Taylor, *Interacting Online: Media and Social Networks* (London: Routledge, 2018), 119.
- Dwi Nugroho, *Revolusi Industri: Konsep dan Dampaknya dalam Dunia Kerja* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2021), 27.
- Elihu Katz, “The Two-Step Flow of Communication: An Up-To-Date Report on a Hypothesis,” *Public Opinion Quarterly* 21, no. 1 (1957): 61–78
- Feri Sulianta dan Dominikus Juju, *Data Mining: Meramalkan Bisnis Perusahaan* (Jakarta: Elex Media Komputindo, tanpa tahun), tanpa halaman.
- George Westerman dkk., *Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation* (Harvard Business Review Press, 2014).
- George Westerman, Didier Bonnet, dan Andrew McAfee, *Leading Digital: Turning Technology Into Business Transformation* (Boston: Harvard Business Review Press, 2014), 5.

- Hadi Purnama, *Media Sosial di Era Pemasaran 3.0 Corporate and Marketing Communication* (Jakarta: Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis, 2011), 116.
- Harun dan Ardianto, *Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial* (Bandung: RajaGrafindo Persada, 2011), 45.
- Harun dan Ardianto, *Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), 68.
- Henny Dewi Laras Ati dkk., “MEDIA SOSIAL SEBAGAI TRANSFORMASI DIGITAL MEDIA RELATION DAN DIGITAL MARKETING UMKM,” *Journal Media Public Relations* 5, no. 1 (2025): 48–57.
- Henny Dewi Laras Ati dkk., “MEDIA SOSIAL SEBAGAI TRANSFORMASI DIGITAL MEDIA RELATION DAN DIGITAL MARKETING UMKM.”
- Henny Dewi Laras Ati, Intan Putri, dan Dendi, *Media Sosial sebagai Transformasi Digital Media Relation dan Digital Marketing UMKM* (Surabaya: Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, 2023).
- Heru Wijayanto Aripadono, “Penerapan Komunikasi Digital Storytelling Pada Media Sosial Instagram,” *Teknika* 9, no. 2 (2020): 121–28, <https://doi.org/10.34148/teknika.v9i2.298>.
- Heru Wijayanto Aripadono, *Penerapan Komunikasi Digital Storytelling pada Media Sosial Instagram* (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2020).
- Ika Kurniawati dkk., “Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial dan Desain sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Branding Produk dan Pendapatan Pada UMKM Koperasi Wanita ATSIRI,” *Dedikasi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 2, no. 2 (2022): 115–21, <https://doi.org/10.31479/dedikasi.v2i2.154>.
- Ilvana Adi Pratama, Triana Setiyarini, “Analisis Efektivitas Promosi Pada Media Sosial Instagram PT.Sejahtera Wahana Gemilang Surabaya” *The Journal of Business and Manageman (Bisman)*, vol. 6, No. 2 (2023), hlm. 357

- Iqbal Fathoni dan Nur Asfiah, “Transformasi Digital Bisnis UMKM di Indonesia Setelah Masa Pandemi,” *Inovatif: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial* 4, no. 3 (2024): 10219–10236, <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.11354>.
- Itai Arieli dkk., “The Speed of Innovation Diffusion in Social Networks,” *Econometrica* 88, no. 2 (2020): 569–94, <https://doi.org/10.3982/ECTA17007>.
- Jan A. G. M. van Dijk, *The Network Society: Digital Media and Information Technology* (London: Sage Publications, 2020), 50–51.
- John Friadi dkk., “Pelatihan Media Pemasaran Batik Berbasis Website pada Pengrajin Batik Kampung Kelembak Kota Batam,” *Yumary: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 5, no. 1 (2024): 79–86, <https://doi.org/10.35912/yumary.v5i1.3038>.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, “Data UMKM Tahun 2023,” <https://www.depkop.go.id>
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, *Laporan Transformasi Digital UMKM Nasional 2025*, diakses 8 Juli 2025, <https://kemenkopukm.go.id>.
- Kevin Systrom, “The Evolution of Instagram,” *Instagram Blog*, 2020, <https://about.instagram.com>.
- Klemens Mere dkk., “Peran Konten Interaktif dalam Membangun Keterlibatan Konsumen dan Memperkuat Kesetiaan Merek: Tinjauan pada Platform Media Sosial dan Situs Web Perusahaan,” *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 7, no. 3 (2024): 5455–556, <https://doi.org/10.31539/costing.v7i3.9361>.
- Lawang, *Sistem Sosial Indonesia*, 22.
- Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk, *Consumer Behavior* (New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2010), 312.
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017),
- M. Syaifudin, *Pengaruh Transformasi Digital terhadap Efektivitas Layanan* (Jakarta: Deepublish, 2020), 41.

- Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Qualitative Data Analysis* (Jakarta: UI Press, 1994), 18–20.
- Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldaña, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, 4th ed. (Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2020), 10–12.
- Michael L. Kent, “Using Social Media Dialogically: Public Relations Role in Reviving Democracy,” *Public Relations Review* 39, no. 4 (2013): 337–345.
- Mira Veranita, Rini Susilowati, dan Ramayani Yusuf, *Pemanfaatan Instagram untuk Promosi UMKM Kolakulaku* (Medan: Universitas Negeri Medan, 2022).
- Moch. Armien Syifaa Sutarjo dkk., “Digital Marketing Communication dalam Promosi Industri Ekonomi Kreatif Pariwisata,” *Jurnal Altifani Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat* 3, no. 3 (2023): 432–39, <https://doi.org/10.59395/altifani.v3i3.417>.
- Muammar Aditya dan Kareena Aulia Rahma Noer, *Efektivitas Promosi Produk Umroh Melalui Media Sosial Instagram pada PT. Haji Tour Travel* (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2024).
- Muhammad Abdurrahman Shalahuddin dan Anida Nurfaizah, “Strategi Komunikasi Pemasaran di Era Digital,” *PROPAGANDA* 3, no. 2 (2023): 124–30, <https://doi.org/10.37010/prop.v3i2.1607>.
- Muhammad Ikhwanuddin Idana, “Strategi Media Daring Instagram Sebagai Media Promosi Salad Nyoo,” *Jurnal Islamic Studies*, Vol. 6. No. 1, (2018), hlm. 14-17
- Nining Kurniasih, “Optimalisasi Penggunaan Media Sosial untuk Perpustakaan,” dalam *Prosiding Makalah Seminar Nasional Komunikasi, Informasi, dan Perpustakaan di Era Global* (Bandung: Fikom UNPAD, 2016), 2.
- Noer, K. A. R., & Rahma, M. A. (2024). Efektivitas promosi produk umroh melalui media sosial Instagram pada PT. Haji Tour Travel. *Jurnal Dakwah Digital*, 6(1), 12–25.
- Nurafni Oktaviyah dkk., “Transformasi Digital pada UMKM Cahaya Lestari Pa’le’: Penerapan Aplikasi Buku Warung dan Promosi Modern,” *Ininnawa : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 2 (2024): 324–31, <https://doi.org/10.26858/ininnawa.v2i2.5583>.

Observasi oleh peneliti , Juni 2025

Onong Uchjana Effendy, Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), 67.

Paramitha, dalam Pakuningjati, Peran Strategis Media Sosial dalam Pemasaran Modern (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 10.

Pemerintah Kabupaten Blitar, Laporan Kinerja Instansi Pemerintah (LKjIP) Kabupaten Blitar Tahun 2023, 2024, 124.

Philip Kotler et al., Marketing 5.0: Technology for Humanity (Hoboken: Wiley, 2021), 85.

Politeknik Piksi Ganesha, Indonesia dkk., “Pemanfaatan Platform Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Akun @kolakcampurkolaku),” Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan 17, no. 3 (2021): 279–90, <https://doi.org/10.31940/jbk.v17i3.279-290>.

Rindiani, Transformasi Digital Marketing pada Toko Fashion di Palu (Palu: Universitas Tadulako, 2023).

Rindiani. (2023). Transformasi digital marketing pada toko fashion di Palu. Jurnal Ekonomi dan Digitalisasi, 11(2), 89–98.

Rindiani. (2023). Transformasi digital marketing pada toko fashion di Palu. Jurnal Ekonomi dan Digitalisasi, 11(2), 89–98.

Robert M.Z. Lawang, Sistem Sosial Indonesia (Jakarta: Rajawali Press, 2001), 15.

Rogers, Diffusion of Innovations, 383.

Rully Nasrullah, Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi (Bandung: Simbioasa Rekatama Media, 2015), 11.

Salsabila Putri, dkk., Transformasi Digital pada UMKM Cahaya Lestari Pa'le' (Makassar: Universitas Hasanuddin, 2023).

- Shalehoddin Shalehoddin dkk., “Optimalisasi Komersial Usaha Batik Al-Barokah Melalui Digital Marketing Dalam Menjaga Competitive Advantage,” *Masyrif: Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen* 5, no. 2 (2024): 1, <https://doi.org/10.28944/masyrif.v5i2.1854>.
- Sprout Social, “Instagram Insights: How to Access and Use IG Data,” diakses Juli 2025.
- Sprout Social, “Instagram Insights: How to Access and Use IG Data,” diakses Juli 2025.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 25.
- Surya Ryan Pratamansyah, “Transformasi Digital dan Pertumbuhan UMKM: Analisis Dampak Teknologi pada Kinerja Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia,” *Jurnal Akuntansi, Manajemen, dan Perencanaan Kebijakan* 2, no. 2 (2024): 17, <https://doi.org/10.47134/jampk.v2i2.475>.
- Thabita Carolina, “Pemasaran Konten: Menyusun Narasi Menarik untuk Melibatkan Audiens dan Mempromosikan Batik Tradisional Lampung,” *Business Perspective Journal* 4, no. 2 (2024): 190–99, <https://doi.org/10.37090/bpj.v4i2.2088>.
- The Sour Studio, “The Instagram Algorithm in 2025: Explained,” April 2025.
- Tjetjep Rohendi Rohidi, *Seni Batik Indonesia* (Bandung: STSI Press, 2000), 112.
- Ulfa Nugraheni, *Instagram sebagai Media Promosi Kuliner saat Pandemi* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2021).
- Universal Business Council, “Understanding the Instagram Algorithm,” 2025.
- Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai dkk., “Dampak Transformasi Digital pada Kinerja UMKM di Indonesia,” *Jurnal Relevansi: Ekonomi, Manajemen dan Bisnis* 8, no. 1 (2024): 25–29, <https://doi.org/10.61401/relevansi.v8i1.112>.
- Upgrow.com, “Instagram Algorithm Explained,” Maret 2025.
- Verrent Senjaliani dan Henky Lisan Suwarno, “Peran Penggunaan Media Sosial Instagram dan Kepercayaan Pelanggan pada Loyalitas Pelanggan B2b UMKM,” *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal* 6, no. 4 (2024): 2688–99, <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i4.2043>.

- Vira Juliaristanti, dkk, “Analisis Karakter Followers dan Konten Iklan Dalam Mengukur Efektivitas Instagram Stories Advertisement Pada Produk Kosmetik Wardah” *Jurnal Syntax Idea*, Vol. 2, No. 8 (2020), hlm. 504
- We Are Social and DataReportal, *Digital 2023: Indonesia (2023)*, laporan statistik pengguna Instagram di Indonesia, April 2023
- Widia Ningsih dan Aisyah Nurjanah, “Utilization of Instagram Social Media as an Effort to Strengthen Customer Trust (Instagram Case Study @greenpublisher),” *American Journal of Economic and Management Business (AJEMB)* 2, no. 6 (2023): 231–37, <https://doi.org/10.58631/ajemb.v2i6.45>.
- Willa Divya, *Difusi Inovasi Berbasis Pelayanan Digital Desa* (Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada, 2022).
- Willa Divya, *Difusi Inovasi Berbasis Pelayanan Digital Pemerintah Desa Perawang Barat Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Provinsi Riau* (Skripsi S1, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2024), 12.
- Willa Divya, *Difusi Inovasi Berbasis Pelayanan Digital Pemerintah Desa Perawang Barat Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Provinsi Riau* (Skripsi S1, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2024), 16.
- Willa Divya, *Difusi Inovasi Berbasis Pelayanan Digital Pemerintah Desa Perawang Barat Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Provinsi Riau* (Skripsi S1, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2024) 20
- Willa Divya, *Difusi Inovasi Berbasis Pelayanan Digital Pemerintah Desa Perawang Barat Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Provinsi Riau* (Skripsi S1, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2024), 21
- Willa Divya, *Difusi Inovasi Berbasis Pelayanan Digital Pemerintah Desa Perawang Barat Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Provinsi Riau* (Skripsi S1, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2024), 23

- Willa Divya, Difusi Inovasi Berbasis Pelayanan Digital Pemerintah Desa Perawang Barat Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Provinsi Riau (Skripsi S1, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2024), 24
- Zaura Issabel Putri Yuliana dkk., “Penerapan Digital marketing Melalui Sosial media Untuk meningkatkan Penjualan Usaha Mikro di Masa Pandemi,” *Sosio e-Kons* 14, no. 3 (2022): 286, <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v14i3.13243>.
- Zike Martha, “Penggunaan Fitur Media Sosial Instagram Stories Sebagai Media Komunikasi,” *Jurnal Komunikasi Nusantara* 3, no. 1 (2021): 26–32, <https://doi.org/10.33366/jkn.v3i1.67>.
- Zike Martha, *Instagram Stories sebagai Media Komunikasi* (Jakarta: Universitas Mercu Buana, 2020).
- Zilba Varadainy dkk., “USER-GENERATED-CONTENT MARKETING STRATEGIES IN PROVISION OF CONSUMER RESPONSIBILITY,” *International Journal of Business, Law and Political Science* 1, no. 5 (2024): 1–6, <https://doi.org/10.61796/ijblps.v1i5.106>.