

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, Fadli. (2022). *Media sosial sebagai sarana komunikasi pemasaran digital*. Jurnal Komunikasi Digital, 5(1), 45–56.
- Ashley, C., & Tuten, T. (2015). Creative strategies in social media marketing: An exploratory study of branded social content and consumer engagement. *Psychology & Marketing*, 32(1), 15–27. <https://doi.org/10.1002/mar.20761>
- Astuti, Rina Lestari. (2021). *Manajemen lembaga bimbingan belajar dalam meningkatkan mutu layanan pendidikan*. Jurnal Pendidikan dan Kebijakan, 12(2), 113–124.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (11th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). *Digital marketing excellence: Planning, optimizing and integrating online marketing* (5th ed.). London: Routledge.
- Cialdini, R. B. (2021). *Influence: Science and practice* (7th ed.). New York: Harper Business.
- Darmayanti, Siti Khusnul. (2020). *Konsep minat dan implikasinya dalam proses pembelajaran*. Jurnal Psikologi Pendidikan, 9(1), 25–34.
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Jacobson, J., Jain, V., ... Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59, 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Fitriyah, Nur Laili. (2021). *Minat belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya pada peserta didik sekolah menengah*. Jurnal Edukasi Nusantara, 4(2), 78–89.
- Gunawan, Bagus Dwi. (2023). *Instagram sebagai alat pemasaran modern: Tren dan implikasi bisnis*. Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi, 7(1), 60–74.

- Hidayat, Muhammad Rizal. (2022). *Optimalisasi fitur Instagram dalam strategi promosi pendidikan*. Jurnal Ilmu Komunikasi Terapan, 6(2), 92–104.
- Hootsuite. (2023). *Digital trends 2023: Indonesia*. Vancouver: Hootsuite Inc.
- Ismail, Abdul Rohman. (2023). *Strategi komunikasi digital berbasis konten visual di Instagram*. Jurnal Komunikasi Visual Indonesia, 8(1), 33–47.
- 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>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of marketing* (18th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Kurniawati, Sri Wahyuni. (2020). *Pengaruh media sosial terhadap minat calon peserta didik*. Jurnal Pendidikan dan Sosial Humaniora, 10(2), 144–153.
- Lestari, Amelia Dwi. (2021). *Bimbingan belajar sebagai alternatif peningkatan kemampuan akademik siswa*. Jurnal Pendidikan Anak Bangsa, 6(1), 55–68.
- Lukman, Muhammad Ulil. (2021). *Instagram sebagai media promosi digital: Studi pada Kementerian Pariwisata Indonesia*. Jurnal Komunikasi dan Media, 15(2), 101–115.
- Maharani, Dyah Putri. (2023). *Perubahan perilaku pengguna Instagram dan implikasinya terhadap strategi konten*. Jurnal Teknologi dan Informasi Digital, 5(3), 120–135.
- Mulyani, Siti Artika. (2022). *Konsep bimbingan belajar dalam meningkatkan prestasi akademik*. Jurnal Bimbingan dan Konseling, 11(2), 89–98.
- Nabila, Siti Nur. (2022). *Pentingnya kemampuan komunikasi bahasa Inggris di era globalisasi*. Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Inggris, 3(1), 12–20.
- Nasrullah, Rulli. (2019). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Kencana.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. New York: Free Press.

- Pradana, Yoga Satria. (2022). *Strategi promosi digital pada lembaga pendidikan nonformal*. Jurnal Manajemen Pendidikan Modern, 8(1), 50–63.
- Pulizzi, J. (2020). *Content Inc.: How entrepreneurs use content to build massive audiences and create radically successful businesses* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Rahmatullah, Imam Taufiq. (2022). *Pemanfaatan Instagram dalam meningkatkan engagement peserta didik*. Jurnal Komunikasi Interaktif, 4(2), 40–58.
- Rahmawati, Siti Mas'ulah. (2020). *Faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi minat siswa dalam memilih lembaga pendidikan*. Jurnal Psikologi dan Konseling, 5(2), 66–77.
- Ryan, D. (2020). *Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation* (5th ed.). London: Kogan Page.
- Sa'adah, Miftakhul. (2022). *Pengaruh promosi jasa pendidikan melalui Instagram terhadap minat siswa baru*. Jurnal Administrasi Pendidikan Islam, 10(1), 88–98.
- Setiawan, Heru Wahyu. (2023). *Peran algoritma Instagram dalam penyebaran konten promosi*. Jurnal Teknologi Digital dan Komunikasi, 6(1), 72–84.
- Supriyanto, Hadi, Wicaksono, Joko, & Prasetyo, Muhammad. (2023). *Peran media sosial dalam perkembangan bisnis kecil dan menengah di Indonesia*. Jurnal Bisnis dan Teknologi, 11(2), 99–110.
- Sutrisno, Eko & Darmawan, Agus Sigit. (2022). *Promosi penjualan dan dampaknya terhadap keputusan pembelian konsumen*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Modern, 7(1), 34–45.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2021). *Social media marketing* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Wahyudi, Edi. (2022). *Tren pemasaran digital tahun 2022: Peluang dan tantangan*. Jurnal Ilmu Komunikasi dan Digital, 9(1), 15–29.