

## WORKS CITED

- Ae-chan. 2017. Strategically Create Flow of Customer in AISAS's Law. <http://www.i-i-b.jp/blog/3248/aisas/>. Retrieved by June 28<sup>th</sup>, 2022
- Bergstorm, Thamwika & Backman, Lisa (2013). Marketing and PR in Social Media. Retrieved April 3, 2021, from <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:625012/FULLTEXT01.pdf>.
- Creswell, John W. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Dempowati, Evi. "Analisis Strategi Digital Content Marketing Bank Mandiri Dengan Menggunakan Model Aisas." *Repository Universitas Gadjah Mada*, 0 0 2021, <http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/198872>.
- Esti. "Keefektifan Instagram sebagai Media Promosi Agrowisata Bhumi Merapi di Kabupaten Sleman". 2019. (A Research Paper, Universitas Gadjah Mada).
- Febrianto, Geraldo Herawan. 2018. Kepuasan Konsumen dan Efektivitas Penggunaan Instagram Sebagai Media Pemasaran Produk "Atelier Hanabira" Florist. Fakultas Teknologi Pertanian. Universitas Gadjah Mada,.
- Hendriyani, Jessica Jane, Lenny Ceng, et al. 2013. Online Consumer Behavior: Confirming the AISAS Model on Twitter. Dalam International Conference On Social and Political Science
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Leverage Edu, Team. "Types of Mass Communication." *Leverage Edu*, leverageedu.com, 8 Nov. 2021, <https://leverageedu.com/blog/types-of-mass-communication/>.
- Lim, Sook Huey, and Assoc. Prof. Dr. Rashad Yazdanifard. "How Instagram Can Be Used as a Tool in Social Networking Marketing." *Research Gate*, [https://www.researchgate.net/publication/265377226\\_How\\_Instagram\\_can\\_be\\_used\\_as\\_a\\_tool\\_in\\_social\\_networking\\_marketing](https://www.researchgate.net/publication/265377226_How_Instagram_can_be_used_as_a_tool_in_social_networking_marketing). Accessed 11 July 2021.
- M, Difitri Nazula. "The Users Perception Of Tiktok @Indonesia.Travel As A Platform To Promote Indonesian Tourism During The Covid-19 Pandemic." *Repository Universitas Gadjah*

- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007.
- Nasrullah, Rulli (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nasution. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung. Tarsito, 2003.
- Pratama, Arie Wahyu. "Persepsi Mahasiswa Terhadap Akun Instagram Pariwisata Sumut Dalam Mempromosikan Wisata Alam Sumatera Utara." *Repository Universitas Medan Area*, 0 Aug. 2018, <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/9920>.
- Ramadhanti, Tatia Ridho. 2016. *Fenomena Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Personal Branding*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Diponegoro
- Rhenald Kasali, *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi, Targeting dan Positioning* (Jakarta: Gramedia, 2007), 523.
- Rifa'I B. 2013. Efektivitas Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Krupuk Ikan dalam Program Pengembangan Labsite Pemberdayaan Masyarakat Desa Kedung Rejo Kecamatan Jabon Kabupaten Sidoarjo. *Kebijakan dan Manajemen Publik I (I)*, 130-136
- Rofiq, Abdul, et al. "Pengaruh Penerapan AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 3, no. 1, 2013, pp. 1–10.
- Shalehati, Citra Intan. 2019. *Persepsi Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung Tentang Strategi Promosi Kepariwisata Kota Bandung Melalui Akun Instagram @explorebandung*. Universitas Pasundan Bandung. Bandung
- SR. Interview. Conducted by Hapsari Syifa Awalia. July 7<sup>th</sup>, 2022.
- Sugiyama, Kotaro, Tim Andree. 2011. *The Dentsu Way*. McGraw-Hill Professional
- Sugiyono. *Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2006.
- Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (23th ed). Bandung: Alfabeta
- SW. Interview. Conducted by Hapsari Syifa Awalia. July 7<sup>th</sup>, 2022
- Tuppurainen, Laura (2015). *Branding Media with Event Marketing* . Retrieved April 4, 2020, from <https://core.ac.uk/download/pdf/80717133.pdf>
- Walgito, Bimo. 1989. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset



**THE ANALYSIS OF USERS' PERCEPTION TOWARDS AN INTRODUCTION OF BACHELOR APPLIED  
CONTENT IN DTHV  
INSTAGRAM**

HAPSARI SYIFA AWALIA, Nabilla Kusuma Vardhani, M.A

UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

Universitas Gadjah Mada, 2022 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Watie, Errika Dwi Setya, 2016. *Komunikasi dan Media Sosial. The Messenger Volume III*:  
70

We Are Social. *Indonesian Digital Report 2020*. 2020. Web. 20 March. 2022

Y. Interview. Conducted by Hapsari Syifa Awalia. July 5<sup>th</sup>, 2022

Yudyanto, Bagas. *Persepsi Wisatawan Domestik Terhadap Media Sosial Dalam*

*Menginformasikan Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta Sebagai Objek Wisata.*

*Repository Universitas Gadjah Mada*, 0 0 2019,

<http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/176385>.