

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aji, H. K. (2024). *Komunikasi Media Digital*. Unisri Press.
- Botan, C. H., & Sommerfeldt, E. J. (Eds.). (2023). *Public Relations Theory III: In the Age of Publics*. Routledge.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. SAGE Publications.
- Flew, Terry. (2014). *New Media 4th edition*. Oxford University Press. Australia.
- Giantari, I. A. K., Sukawati, T. G. R., Ekawati, N. W., Maharani, P. K., & Fenella, V. (2025). *Strategi brand engagement melalui social media marketing: Konsep dan kasus untuk meningkatkan keputusan pembelian*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Haizad, A. I., & Jailan, M. F. (2023). *The art of TikTok marketing*. Puteh Press.
- Iswadi, M. P.d. (2025). *Komunikasi Digital*. PT Penerbit Qriset Indonesia.
- Jorgensen, D. L. (2020). *Principles, approaches and issues in participant observation*. Routledge.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2015). *InterViews: Learning the craft of qualitative research interviewing (3rd ed.)*. SAGE Publications.
- Luik, J. E. (2020). *Media baru: Sebuah pengantar*. Kencana
- Luttrell, R. M. (2025). *Social media: How to engage, share, and connect (5th ed.)*. Bloomsbury Academic.
- Melati, L., Nur Khilafah, F., Aditya Rahman, F. B., Suhendar, E., Lie Kamilatin, T., Alviana Azhari, T. R., ... & Chaniago, A. S. (2025). *The real guide: Branding, public relations, dan media sosial era digital*. Penerbit KBM Indonesia.
- Moleong, Lexy J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2023). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi (Edisi revisi)*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nurohman, D. A. (2021). *Konten kreator: Cara kreatif menghasilkan uang dengan menjadi blogger, YouTuber atau TikToker*. Indonesia 8.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Syahrial. (2020). *Metodologi penelitian kualitatif: Pendekatan, teknik, dan aplikasi*. PT. Salim Media Indonesia.

Jurnal

- A.Irma Putri Meilina Manullang, & Yahfizham Yahfizham. (2023). Analisis Perbandingan Algoritma Pada Tiktok dan Instagram Sebagai Content Media Dalam Pemasaran. *Sinar Dunia: Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Ilmu Pendidikan*, 3(1), 99–109. <https://doi.org/10.58192/sidu.v3i1.1795>
- Abas, S. W. W. (2025). Peran Content Creator Instagram dalam Branding Media

- Sosial di Hotel Aria Centra Surabaya. *Relasi: Jurnal Penelitian Komunikasi* (e-ISSN: 2807-6818), 5(02), 7-15.
- Agustya, S. V., Rahma, H. M., & Natalia, K. (2023). Analisis Interaksi Simbolik pada Konten TikTok @don.Gustavio dalam Memaknai Karakter Generasi 80-an 90-an, dan 2000-an. *Scriptura*, 13(1), 14–26. <https://doi.org/10.9744/scriptura.13.1.14-26>
- Cahyani, I. P. (2024). Analisis Strategi Konten Marketing Media Sosial Instagram@agusjuliand dan@ gembulfoodie Dalam Menyebarkan Informasi Wisata Kuliner Di Yogyakarta . *Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia*
- Diego, D., Lestari, Y., Sarmiati, S., Yulia, V., & Muwaffaq, F. (2024). Leveraging social media for cultural preservation: Promoting traditional Minangkabau arts in the digital era. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora*, 4(1), 13–.
- Fadhilah, Silvina (2025). Padek jawapos : Uni Mida dari Rumah menjangkau Dunia dan Kicah cinta Masakan Minang: Tak hanya soal takaran, sisipkan kenangan serta filosofi. <https://padek.jawapos.com/features/2365920167/uni-mida-dari-rumah-menjangkau-dunia-dan-kisah-cinta-masakan-minang-tak-hanya-soal-takaran-sisipkan-kenangan-serta-filosofi>
- Falha, K. (2023). Strategi Content Creator Kuliner Di Yogyakarta Studi Kasus Pada Akun @Kulineryogya, @Javafoodies, @Mahasiswakulineran Dan @Riderkulineran Pada Laman Instagram. 1–23. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/47406/19321033.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Falha Kaysa, & Puji Rianto. (2024). Dari Khalayak pengguna ke Interaksi: Strategi Content Creator Kuliner di Yogyakarta dalam Membangun Engagement. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 4(1), 41–56. <https://doi.org/10.20885/cantrik.vol4.iss1.art4>
- Ingrassia, M., Bellia, C., Giurdanella, C., Columba, P., & Chironi, S. (2022). Digital Influencers, Food and Tourism—A New Model of Open Innovation for Businesses in the Ho.Re.Ca. Sector. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(1). <https://doi.org/10.3390/joitmc8010050>
- Rahma, A. (2024). Peran Media Sosial Dalam Dinamika Sosial Masyarakat kontemporer. *Jurnal Komunikasi Digital*, 15(1), 37–48.
- Rahman, F. (2020). Tracing the origins of rendang and its development. *Journal of Ethnic Foods*, 7, 1–10.
- Santika, Y. R., & Chamidah, N. (2024). Instagram Utilization as User Generated Content in Promoting Local Culinary. *Jurnal Toursci*, 1(5).
- Situmorang, W., & Hayati, R. (2023). Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Validasi Dan Representasi Diri. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 9(1), 111–118. <https://doi.org/10.33369/jsn.9.1.111-118>
- Sundawa, Y. A., & Trigartanti, W. (2018). Fenomena Content Creator di Era Digital Content Creator. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 4(2), 438– 443. karyailmiah.unisba.ac.id