

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Tohardi, A. (2019). *Buku Ajar Pengantar Metodologi Penelitian Sosial+Plus*. Pontianak : Tanjungpura University Press
- Alhamda, S. (2018). *Buku Ajar Metlit dan Statistik. (D.N. Rachmawati,Ed) (1st ed)*. Yogyakarta: Depublish
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Edisi ke-7)*. Jakarta: Rineka Cipta
- Fiantika, F.R., Wasil, M. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sumatera Barat : PT. Global Eksekutif Teknologi
- Juliansyah Noor. (2017). *Metedologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana
- Kurniawan, A. W. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva
Buku
- Lubis, Z. (2019). *Panduan pelaksanaan Penelitian Sosial*. Yohyakarta: Anggota Ikapi
- Noor, J. (2017). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, & Karya Ilmiah (Edisi ke-7)*. Jakarta: Kencana dan PT Fajar Interpretama Mandiri.
- Moleong, L.J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan)*. Yogyakarta : Alfabeta.

Tohardi, A. (2018). *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial + Plus*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Skripsi

Barokah, Rahmadhani. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram @mphie_kebaya_diva dalam Membangun Brand Awareness di Pekanbaru*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Edwina, Danica Elma. 2020. *Kesadaran Merek dan Citra Merek dalam Menentukan Loyalitas Merek Serta Implikasinya Pada Preferensi Merek (Suatu Survei Pada Konsumen Elzatta di Pasar Baru, Bandung)*. Other Thesis, Universitas Komputer Indonesia.

Rudi. 2023. *Penggunaan Media Sosial Instaram @Antidotstudios Sebagai Media Publikasi Dalam Memmbangun Brand Awarenes Kepada Konsumen*. Univesitas Buddhi Dharma.

Yewang, M.T. 2022. *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Pada La-Moringa NTT)*.Universitas Nusa Cendana

Jurnal

- Budiman, Arif, E., Roem, E. R. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan Kabupaten Belitang Timur*. Jurnal Ranah Komunikasi (JRK). Vol 3(1)
- Fauzi, V.P. (2018). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing E-Corner Botique Dalam Membangun Brand Awareness Di Kota Pekanbaru*. JOM FISIP. Vol 3(1)
- Fujiwati, F.S., Raharja, R.M. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Sebagai Media Penyajian Kreasi Seni Dalam Pembelajaran*. Jurnal Pendidikan dan Kajian Seni (JPKS). Vol 6(1).
- Kurniawan, L., Siahaan, I. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh*. Kompetensi. Vol 11 (2).
- Oktavia, W., Riana, N., Hidayat, E. (2023). *Pengaruh Media Sosial Instagram dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian di Grafika Cikole Lembang*. Jurnal Manajemen dan Pariwisata. Vol 2(1).
- Priscila, C. A., Iflah, Kurnia & Putri, S. A. (2022). *Pengaruh Media Sosial dalam Meningkatkan Brand Awareness 'Somethinc' Pada Pengguna Instagram*. Jurnal Komunikasi. Vol 13 (2).
- Puspitarini, D.S. & Nuraeni, R. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)*. Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol 5 (1)

- Rafiq, A. (2020). *Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat*. Global Komunika. Vol 1(1).
- Ramadayanti, F. (2019). *Peran Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk*. Jurnal Komunikasi. Vol 2(1)
- Ramadhani, H.S., Jumhur, H.M., Dharmoputra, S. (2019). *Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial Terhadap Brand Awareness, Brand Image dan Brand Loyalty (Studi Kasus : Followers Pada Instagram Lazada.co.id)*. Jurnal Mediakom. Vol 1(1)
- Sari, A.C.Hartina, R. Awalia, R. Irianti, H.Ainun. (2018). *Komunikasi dan Media Sosial*. Komunika Jurnal. Vol 5(1)
- Taan, Hapsawati. (2021). *Kemudahan Penggunaan dan Harga Terhadap Minat Beli Online Konsumen*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol 2(2)
- Widada, C.K. (2018). *Mengambil Manfaat Media Sosial Dalam Pengembangan Layanan*. Media Jurnal. Vol 3(2)
- Yumna, Salma. (2023). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Marketing dalam Membangun Brand Awareness Pada Toko Lyradyba di Kota Banda Aceh*. Jurnal Pendidikan Akuntansi. Vol 6(1)
- Yovianti, S.D. (2020). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Biaji Rengginang*. Jurnal Manajemen. Vol 1(2)
- Zulfikire, A.M.A., Triwardhani, I.J. (2023). *Peran Instagram dalam Membangun Brand Awareness Produk Minuman Lokal*. Jurnal Komunikasi. Vol 3(2)

Website

Instagram. 2023. *Our Features*. Instagram. <https://about.instagram.com/>. Diakses pada 02 Mei 2024, Pukul 20:14

Riyanto, A.D. 2024. *Hootsuite (We Are Social) Data Digital Indonesia*. We Are Social Report. <https://andi.link.hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>. Diakses pada 05 Mei 2024, Pukul 21:22

Lewokeda, A. 2023. *Dekranasda: 700 Motif Tenun Ikat NTT Terdaftar Jadi Indikasi Geografis*. Antara News. <https://m.antaranews.com/amp/berita/304265/dekranasda-700-motif-tenun-ikat-ntt>. Diakses Pada 06 Mei 2024, Pukul 18:07



**UPT. PERPUSTAKAAN PUSAT
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA KUPANG**

Nomor Pokok Perpustakaan: 5371002D2020114
Jl. Prof Dr. Herman Johanes, Penfui Timur, Kupang Tengah, Kab. Kupang.
Website: <https://perpustakaan.unwira.com/> e-mail: lib.unwira@gmail.com

SURAT KETERANGAN HASIL CEK PLAGIASI

Nomor: 1177/WM.H16/SK.CP/2024

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Gaudensia Della Bila
NIM : 43120026
Fakultas/Prodi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Ilmu Komunikasi
Dosen Pembimbing : 1. Fransiska Desiana Setyaningsih, M.Si
2. Meylisa Yulastuti Sahan, M.I.Kom
Judul Skripsi : **PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN BRAND
AWARENESS (Studi Kasus Pada Instagram
@galeri_eztenun)**

Skripsi yang bersangkutan di atas telah melalui proses cek plagiasi menggunakan Turnitin dengan hasil kemiripan (*similarity*) sebesar **21 (Dua Puluh Satu) %**.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kupang, 18 September 2024

Kepala UPT Perpustakaan,

Silvester Suhendra, S.Ptk