

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Nasution, "Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram," *J. Bisnis Corp.*, vol. 6, no. 1, hal. 11–18, 2021, doi: <https://doi.org/10.46576/jbc.v6i1.1484>.
- [2] W. Salsabila, *Pengaruh Soft Selling Content Terhadap Purchase Intention Yang Dimediasi Emotional Engagement (Studi Pada Brand Ecinos Di Pulau Jawa)*. 2025. [Daring]. Tersedia pada: <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/83214>
- [3] A. R. Yanti, "Strategi Komunikasi Pemasaran Brand Skincare Mako By Seris Dalam Meningkatkan Engagement Melalui Media Sosial," *J. Manag. Educ. Commun.*, vol. 1, no. 3, 2023, doi: <https://doi.org/10.64685/jmec.v1i2.11>.
- [4] A. Rahman, R. A. Kusumadewi, dan F. Nurzaman, "Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan Di Era Transformasi Teknologi," *Idarah J. Manaj. Pemasar.*, vol. 2, no. 1, hal. 8–20, 2025, doi: <https://doi.org/10.70283/idadah.v2i1.64>.
- [5] F. I. Lubis dan M. Iqbal, "Analisis Waktu Optimal Unggah Instagram Menggunakan K-Means Clustering pada Data Sintetis," vol. 5, no. 1, hal. 1497–1504, 2026, doi: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.6042>.
- [6] . Nurhidayat, N. Fadillah, Syahrul, S. Dillah, dan D. F. Surianto, "K-Means-Based Behavioral Segmentation of Social Media Users for Digital Communication Analysis in Indonesia," vol. 5, no. 2, hal. 249–261, 2025, doi: [10.24042/ijecs.v5i2.28749](https://doi.org/10.24042/ijecs.v5i2.28749).
- [7] E. W. Ambarsari, D. Fathudin, dan G. Alfiani, "Utilizing K-Means Clustering to Understanding Audience Interest in SEO- Optimized Media Content," vol. 3, no. 2, hal. 208–214, 2024, doi: [10.47065/comforch.v3i2.1207](https://doi.org/10.47065/comforch.v3i2.1207).
- [8] W. E. Kedi, C. Ejimuda, dan C. Idemudia, "Machine learning software for optimizing SME social media marketing campaigns," vol. 5, no. 7, hal. 1634–1647, 2024, doi: [10.51594/csitrj.v5i7.1349](https://doi.org/10.51594/csitrj.v5i7.1349).
- [9] A. Nallasivam, G. Desai, D. Bandhu, dan I. U. Jagadeeswari, "Predicting Consumer Adoption of Luxury Products via Instagram Marketing : A Machine Learning Approach Anitha Nallasivam Guruprasad Desai Indonesia," hal. 1–39, 2025, [Daring]. Tersedia pada: <https://f1000research.com/articles/14-890>
- [10] D. A. Nugraha, T. E. Priandono, N. F. Ainiyyah, dan Y. Ilham, "Analisis Isi Konten Media Sosial Instagram Pemerintah Indonesia di Tingkat Kementerian dan Lembaga Content Analysis of the Indonesian Government ' s Instagram Accounts at the Ministry and Agency Levels," vol. 9, no. 1, hal. 42–52, 2025, doi: <https://doi.org/10.56873/jimik.v9i1.532>.
- [11] A. S. Nafsyah, S. R. Maulidyah, A. S. Nurlia, dan W. Putri, "Analisis Konten

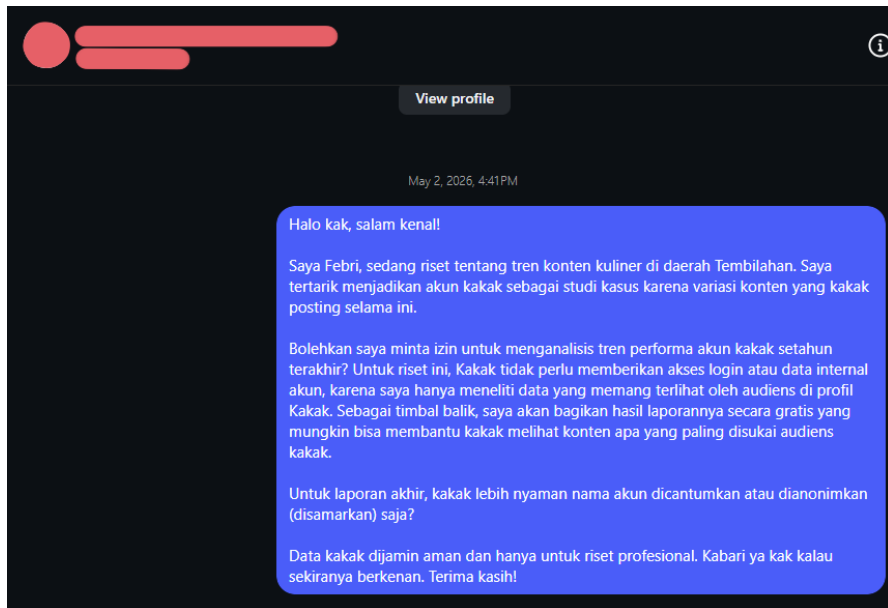


Media Sosial Instagram By . U Sebagai Media Penyebaran Informasi & Komunikasi,” vol. 2, no. 2, hal. 1–11, 2022, doi: <https://doi.org/10.35842/massive.v2i2.57>.

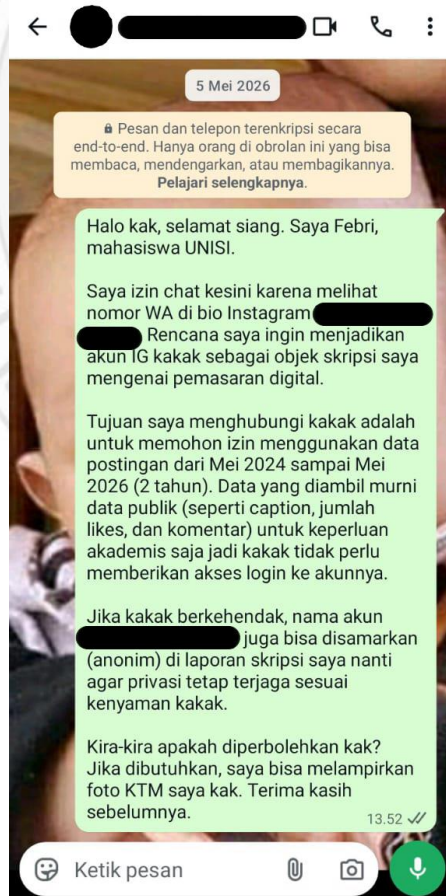
- [12] R. Yadav, S. Tripathi, dan S. S. Shukla, “AIDA Model For Social Media Marketing,” vol. 01, no. 02, hal. 1–4, 2025, [Daring]. Tersedia pada: <https://jdacm.com/index.php/jdacm/article/view/9>
- [13] U. Rahardja, Q. Aini, R. Supriati, dan M. A. Al Hafiz, “Optimizing Digital Promotional Graphic Design Strategies Using the AIDA Model,” vol. 7, no. 2, hal. 220–230, 2026, doi: <https://doi.org/10.34306/ajri.v7i2.1425>.
- [14] M. Sarfraz, B. Al Kurdi, dan M. Rafiq, “How Digital Marketing Shapes Consumer Decision-Making Employing (AIDA) Model with Respect to Consumer Knowledge and Consumer Experience,” hal. 39–48, 2025, doi: <https://doi.org/10.64251/ijmmi.66>.
- [15] N. Mirantika dan E. Rijanto, “Comparative Analysis Of K-Means And K-Medoids Algorithms In Determining Customer Segmentation Using Rfm Model,” vol. 18, no. 5, hal. 2340–2351, 2023, [Daring]. Tersedia pada: https://jestec.taylors.edu.my/Vol18Issue5October2023/18_5_06.pdf
- [16] B. Siregar, “Comparative Analysis of K-Means and K-Medoids Algorithms for Product Sales Clustering and Customer,” vol. 7, no. 2, hal. 360–370, 2024, [Daring]. Tersedia pada: <https://journal.unm.ac.id/index.php/JMATHCOS/article/view/4053>
- [17] H. Arief, M. T. Sembiring, dan E. S. Rini, “Strategy To Increase Followers and Account Reach Social Media Instagram PT. Bank SUMUT,” vol. 9, no. 2, 2026, doi: 10.32734/lwsa.v9i2.2845.



LAMPIRAN



Gambar 1. Pesan Izin Ke UMKM X melalui Instagram



Gambar 2. Pesan Izin ke UMKM X melalui WhatsApp



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.

Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri



KARTU BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Foto
2x3

Nama : FEBRIYOLA DESY AZZAHRA
NIM : 403221010064
Program Studi : Sistem Informasi (SI)
Judul Skripsi :

Pembimbing Utama : FITRI YUNITA, S.Si, M.Kom

No	Tanggal	Bimbingan / Saran	Paraf
1	10/11/25	Perbaikan bab 1	F
2	21/11/25	Perbaikan rumusan masalah, tujuan & manfaat	F
3			
4	29/11/25	Perbaikan bab 1 lengkap bab II	F
5	8/12/25	Perbaikan bab II lengkap bab III	F
6	12/12/25	Perbaikan bab III sesuai dengan	
7		keinginan pembimbing dan mahasiswa	F
8		Uraian yang digunakan "baterai"	
9		Judul	
10	06/1/26	ACC Sempro	F
11	10/1/26	Perbaikan bab IV sesuai dengan	F
12	13/5/26	Perbaikan Bab 4 sesuai	F
13	19/5/26	Perbaikan bab 4 sesuai	F
14	5/6/26	Perbaikan bab IV sesuai dengan	
15		harus lengkap dengan surat	F
16		keputusan harus di penguasa	
17	19/6/26	Perbaikan bab IV lengkap Sempro	F
18	22/7/26	Buat jurnal	F
19	22/7/26	ACC AK	F
20			

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Foto
2x3

Nama : FEBRIYOLA DESY AZZAHRA
NIM : 403221010064
Program Studi : SISTEM INFORMASI (SI)
Judul Skripsi :

Pembimbing Pendamping : Dr. BAYU RIANTO, S. Si, M. Kom

No	Tanggal	Bimbingan / Saran	Paraf
1	1/12-25	Perbaiki Referensi	
2	15/12-25	Perbaiki Struktur Penulisan dan Tampilan	
3	2/1-26	Acc Proposal	
4	23/6-26	Acc Skripsi	
5		Acc OC	
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			