

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rauf, & Sardjana Orba Manullang. (2021). *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*.
- Anggarini, D. T. (2021). Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Personal Branding dalam Membangun Citra dan Popularitas dalam Media Sosial. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 259–268.
- Anggoro, M. Linggar. (2002). *Teori & Profesi Kehumasan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Annisa, Z. N., & Wulansari, D. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Di Staffee. *Ca Bouquet Sidoarjo*. Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi, 6(4), 31–40.
- Ardianto, Elvinaro. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Aryani, I. D., & Murtiariyati, D. (2022). Instagram sebagai media promosi dalam meningkatkan jumlah penjualan pada ADA souvenir project. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 466-477.
- Azmi, N., Yuliana, L., & Perkasa, D. H. (2024). STRATEGI DIGITAL MARKETING UNTUK UMKM FASHION DAN AKSESORIS WANITA. *SUBSERVE: Community Service and Empowerment Journal*, 2(2), 130–137.
- Bungin, Burhan. (2011). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Cahyaningsih, E. (2015). *Peran Humas Dalam Rangka Membangun Citra Dan Mempromosikan SMK PGRI 1 Sentolo Kulon Progo*. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.
- Effendy, Onong Uchyana. (2011). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Emzir. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: PT Rajagrafindo Perkasa.
- Enterprise, J. (2012). *Instagram Untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

- Gunawan, Imam. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hakim, H. I., Ohorella, N., & Prihantoro, E. (2022). Strategi komunikasi Pemasaran angkringan khulo melalui media Sosial Instagram. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 111–122.
- Hasniaty, Budi Harto, & Wirawan Istiono. (2022). *SOCIAL MEDIA MARKETING. PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI*.
- Herning Indriastuti, & Robiansyah. (2023). *Digital Marketing*. CV Bakti Semesta Publisher.
- Herdiana, D., & Khoiruddin. (2016). Peran dan Strategi Humas dalam Pembentukan Citra Perguruan Tinggi Islam. *Jurnal Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah*, 12(2), 11–17.
- Hidayat, R. (2016). Peran Public Relations Dalam Mempengaruhi Konten Media. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 90-100.
- Hidayatullah, B. S., & Winduwati, S. (2023). Selektivitas Gen Z dalam Memilih Media Informasi di Instagram (Studi Kasus Mahasiswa Di Jakarta). *Prologia*, 7(2), 398-406.
- I'tikoh, A. N. (2018). *Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kabupaten Kebumen (Analisis EPIC Model pada follower@ humaskebumen)* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta).
- Indrawati. (2015). Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian “Zoya.” *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(2).
- Jefkins, Franks. (2002). *Public Relations*. Terjemahan oleh Daniel Yadin. 2004. Jakarta: Erlangga.
- Landsverk, Kjell Halvor. (2014). *TheInstagram Book* (2014th ed.). United Kingdom: PrimeHead Limited.
- Mayasari, S., & Angguntiara, C. (2018). Strategi Humas PT Pelayaran Nasional Indonesia (Persero) Dalam Membuat Tabloid Sebagai Media Informasi Publik Internal. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 24–30. <https://doi.org/10.31294/jkom.v9i1.3405>.

- Meliani, M., Septianah, N., Septiani, S., & Kurniasari, N. G. A. K. (2024). Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Brand Awareness Produk “Broodis” Di Social Media Instagram. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 5(1), 32-40.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya Bandung.
- Mujianto, H. (2018). Pengaruh strategi public relations terhadap citra perusahaan (studi kasus pada hotel grand kopo bandung). *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 4(1), 88-96.
- Nainggolan, V., Rondonuwu, S. A., & Waleleng, G. J. (2018). Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Unsrat Manado. *Acta Diurna Komunikasi*, 7(4).
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosiologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Nawawi, Hadari. (2005). *Penelitian Terapan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Nenobais, D. I. (2021). Peran Media Sosial Instagram Untuk Menarik Minat Pengunjung (Di kedai kopi Bedjana Tiny House Malang). Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi. Malang.
- Ningrat, A. S. N. (2023). *Strategi Public Relation Dalam Meningkatkan Citra Pesantren (Studi Kasus Pondok Pesantren Modern Fajar Dunia Cileungsi Bogor)* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Bekasi).
- Nova, Firsan. (2011). *Crisis Public Relations Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa Indonesia*. Surakarta.
- Nurhasanah, S., & Dewi, C. (2019). Defining the Role of Multinational Corporations: Starbucks and Coffee Culture in Indonesia. *Jurnal Sentries*, 2(2), 63-77.

- Pujileksono, Sugeng. (2019). *Metode penelitian komunikasi kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Pranitasari, D., Kurnia, R., Prastuti, D., Hermastuti, P., & Saodah, E. S. (2024). Faktor Utama yang Mendorong Pelanggan untuk Kembali Ke Starbucks Indonesia: Kualitas Pelayanan, Harga, Experiential Marketing. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 3(2), 185-193.
- Putri, F. A. (2019). *WS: Pemanfaatan Media Sosial dalam Membangun Citra Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya* (Doctoral dissertation, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya).
- Rakhmat, Jalaludin. (2012). *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaludin. (2005). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ramadhan, M. F., Novia, R., & Hesti, S. (2024). Peran Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui Pengelolaan Media Sosial Instagram @Duacoffee. *Interpretasi: Communication & Public Relation*, 4(2), 122–135.
- Rosady, Ruslan. (2005). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. (2017). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. (2018). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sakti, T. A., & Deslia, I. F. (2024). Analisis Isi Konten Marketing Akun Instagram@ mop. beauty dalam Meningkatkan Engagement Followers. *Syntax Idea*, 6(9), 4023–4036.
- Seitel, Fraser P. (2017). *The Practice of Public Relations ThirTeenTh ediTion* Global ediTion. Pearson Education Limited.

- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16(2).
- Setyowati, Tri Wahyulis, dkk, (2010). *Analisis Data*. Makalah. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta.
- Soemirat,S.& Ardianto, E. (2016). *Public Relations: Komunikasi Public Relations Di Era Digital*. Simbiosis Rekatama Media.
- Siahaan, C., Salomo, S., & Adrian, D. (2022). Media Sosial Instagram sebagai Sarana Berkomunikasi di Lingkungan Masyarakat. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(8), 2843-2848.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Widada, C. K. (2018). Mengambil Manfaat Media Sosial dalam Pengembangan Layanan. *Journal of Documentation and Information Science*, 2(1), 23–30. <https://doi.org/10.33505/jodis.v2i1.130>.
- Yoedtadi, M. G. (2022). Peran Bidhumas Polda Metro Jaya dalam Membangun Citra Positif Polisi Melalui Media Sosial Instagram. *Kiwari*, 1(2), 377-381.
- Yulianita, Neni. 2007. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Pusat Penerbitan Universitas.
- Yusuf, F., Rahman, H., Rahmi, S., & Lismayani, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, Dan Dokumentasi: Pendidikan Di Majelis Taklim Annursejahtera. *Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 1-9.
- Zein, A. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Via Media Online. *Engineering and Technology International Journal*, 5(02), 206–214.