

DAFTAR PUSTAKA

- Akmal, T. F., & Diniati, A. (2022). Strategi Humas Pt Surveyor Indonesia Dalam Membentuk Citra Perusahaan Melalui Media Sosial Instagram. *EProceeding of Management*, 9(4).
- Al Azis, M. R., & Irwansyah, I. (2021). FENOMENA SELF-DISCLOSURE DALAM PENGGUNAAN PLATFORM MEDIA SOSIAL. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 120–130.
- Alam, S. (2021). Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Politik. *Avant Garde: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 68–78.
- Anugrah Ramadani, T. (2023). Analisis Efektivitas Platform Instagram Dalam Strategi Promosi Senja Coffee And Kitchen Pasca Pandemi Covid 19 Di Jember. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 2(1), 2656–6265.
- Astuti, I. I. (2021). Platform Instagram Sebagai Media Pembelajaran Jarak Jauh Peserta Didik. *Jurnal Civic Hukum*, 6(2).
- Clara Sari, A., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). KOMUNIKASI DAN MEDIA SOSIAL. *ResearchGate*.
- Dewanti, G. K., & Solihin, A. K. (2021). PEMANFAATAN INSTAGRAM BUSINESS SEBAGAI STRATEGI PROMOSI PRODUK PADA AHASS ZAMRUD MOTOR. *Jurnal PKM: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 04.
- Diamond, S. (2015a). *The Visual Marketing Revolution*. PEARSON EDUCATION, INC.

- Diamond, S. (2015b). *The visual marketing revolution : 26 rules to help social media marketers connect the dots*. PEARSON EDUCATION. INC.
- Evita, A., & Ali, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Oleh Public Relations Banban Tea Untuk Pembentukan Citra Merek. *EProceeding of Management*, 10(1), 468.
- Faidlatul Habibah, A., & Irwansyah, I. (2021). Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 350–363.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15/E. Global Edition*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Lee, N. R. (2011). *Social Marketing: Influencing Behaviors for Good*. Sage Publications, Inc.
- Kotler, P., & Lee, N. R. (2016). *Social Marketing: Changing Behaviors for Good*. SAGE Publisher.
- Laksono, P., Pesantren Abdul Chalim, I. K., & Massa, K. (2019). KUASA MEDIA DALAM KOMUNIKASI MASSA. *Al-Tsiqoh: Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam*, 4(2), 49–61.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, L., & Kelly, K. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. Routledge.
- Luttrell, R. (2022). *Social Media: How to Engage, Share, and Connect*. Rowman & Littlefield Publishing Group.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika.

- Mubarok, F. S. (2022). Pemanfaatan New Media untuk Efektivitas Komunikasi di Era Pandemi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 10(1), 28–42.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nugroho, C., & Nasionalita, K. (2020). Digital Literacy Index of Teenagers in Indonesia. *Journal Pekommas*, 5(2), 215.
- Nugroho, T. A., & Citra Azzahra, F. (2022). PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI SOCIAL COMMERCE USAHA BRO.DO. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 136.
- Nurudin. (2014). *Pengantar Komunikasi Massa*. PT RajaGrafindo Persada.
- Pramedia Widyanigrum, L., Perdini Putri, I., Lavani Melano, F., Komunikasi, I., & Komunikasi dan Bisnis, F. (n.d.). *PERAN HUMAS DALAM PENGELOLAAN KONTEN HARIAN INSTAGRAM @INFOBSDTOL DI PT BINTARO SERPONG DAMAI*.
- Prasetya, D., & Marina, R. (2022). Studi Analisis Media Baru: Manfaat dan Permasalahan dari Media Sosial dan Game Online. *Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi*, 4(2), 1–10.
- Putra Herdrianto, I., & Kristiyono, J. (2022). Strategi Produksi Konten Visual @Creativismstudio di Instagram. *Digicom: Jurnal Komunikasi & Media*, 2(4).
- Putri, A. A., & Prayoga, D. (2021). MEDIA KESEHATAN MASYARAKAT INDONESIA Pemasaran Sosial menggunakan Media Sosial dalam Upaya Pencegahan Penularan Covid-19: Tinjauan Literatur. *Media Kesehatan Masyarakat Indonesia*.

- Rhamadhona Dinata, A., & Sukoco, I. (2024). PENERAPAN KNOWLEDGE MANAGEMENT PADA PROGRAM INNOVATION DAY DIREKTORAT DIGITAL BUSINESS PT TELKOM INDONESIA KOTA BANDUNG. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management & Business*, 7(1), 2615–3009.
- Solis, B. (2010). *Engage!* John Wiley & Sons.
- Sutresna, A. (2018). Analisis Perencanaan Kampanye Pemasaran Sosial. *Jurnal UltimaComm*, 10(2), 177–191.
- Utari, M. (2017). PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN @princessyahrini TERHADAP GAYA HIDUP HEDONIS PARA FOLLOWERSNYA. In *JOM FISIP* (Vol. 4, Issue 2).
- Wayan, I., Mustika, W., Bila, S., & Maulidah, J. (2023). Analisis Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran pada Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 3(1).
- We Are Social. (2024a). *Digital 2024 - We Are Social Indonesia*. We Are Social.
- We Are Social. (2024b). *Digital 2024: 5 billion social media users*. We Are Social.
- Widaswara, R. Y., Kade, I. B., Pramana, Y., Gde, I., & Mataram, P. (2022). DIFUSI INOVASI DAN ADOPTSI MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DI ERA PEMBELAJARAN DARING. *Communicare: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3.