

DAFTAR PUSTAKA

- Abimany, K. and Siregar, M.E.S. (2023) ‘PENGARUH PEMASARAN VIRAL, SELEBRITI ENDORSER, KUALITAS PRODUK, DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI AJAIB DI MASA PANDEMI (STUDI KASUS PADA MAHASISWA JENJANG SARJANA FE UNJ)’.
- Aditya Wardhana, Sunday Sitorus, and Chairul Pua Tingga (2022) *BRAND MARKETING: THE ART OF BRANDING*. CV. MEDIA SAINS INDONESIA Melong Asih Regency B40 - Cijerah Kota Bandung - Jawa Barat www.penerbit.medsan.co.id. Available at: <https://www.researchgate.net/publication/358140468>.
- Aryani, I.D. and Murtiariyati, D. (2022) ‘INSTAGRA M SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN PADA A.D.A SOUVENIR PROJECT’.
- Bau, A.R.C., Mingkid, E. and Marentek, E.A. (2019) ‘MARKETING COMMUNICATION STRATEGY PT. PEGADAIAN (PERSERO) IN INCREASING COMMUNITY INTEREST IN GOLD SAVINGS PRODUCTS IN SOUTH MANADO BRANCH OFFICES’.
- Damayanti, E. and Fasa, M.I. (2023) ‘STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN EMAS DALAM UPAYA MENARIK MINAT NASABAH PADA PEGADAIAN SYARIAH CABANG BANDAR LAMPUNG’.
- Feroza, C.S. and Misnawati, D. (2021) ‘PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHII_OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN’, Vol.15 No.1, p. Vol.15 No.1.

- Fitriani, Y. (2021) 'PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PENYAJIAN KONTEN EDUKASI ATAU PEMBELAJARAN DIGITAL', 5.
- Ibrahim, M.I. (2024) 'Peran Public Relations Dalam Menumbuhkan Citra Perusahaan Yang Positif'.
- Indika, D.R. and Jovita, C. (2017) 'MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN', *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), pp. 25–32. Available at: <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>.
- Jannah, N.A. *et al.* (2024) 'Strategi Public Relations Mewujudkan Kesuksesan Kolaboratif Tiktok Shop dan Tokopedia dengan Fokus pada UMKM', 8.
- Kevin Jonathan Kurniawan, Reynaldo Wahyudi, and Catharina Aprilia Hellyani (2023) 'PENGARUH BRAND AWARENESS DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE DI KOTA MALANG', *JURNAL RISET MANAJEMEN DAN EKONOMI (JRIME)*, 1(3), pp. 231–242. Available at: <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v1i3.434>.
- K.Y.S. Putri, W.H. (2020) 'Efektivitas Komunikasi Google Classroom Sebagai Media Pembelajaran Jarak Jauh Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2018', *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), pp. 24–35. Available at: <https://doi.org/10.35326/medialog.v3i2.639>.
- Littlejohn, S.W. and Foss, K.A. (2009) *Encyclopedia of communication theory*. Thousand Oaks (Calif.): Sage.
- Ni Made Sonya Marina Dewi and Ida Ketut Kusumawijaya (2022) 'PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET KONSUMEN DI KANTOR PENJUALAN

- GARUDA INDONESIA CABANG PUPUTAN DENPASAR’, *Journal Research of Management*, 3(3), pp. 90–102. Available at: <https://doi.org/10.51713/jarma.v3i3.88>.
- Noventa, C., Soraya, I. and Muntazah, A. (2023) ‘Pemanfaatan Media Sosial Instagram BuddyKu Sebagai Sarana Informasi Terkini’, *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(3), pp. 626–635. Available at: <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1124>.
- Oktarina, R. (2020) ‘EFEKTIVITAS STRATEGI PROMOSI TABUNGAN EMAS PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) UPC SUNGAI JERING’.
- Pujiono, A. (2021) ‘Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z’, *Didache: Journal of Christian Education*, 2(1), p. 1. Available at: <https://doi.org/10.46445/djce.v2i1.396>.
- Purba, B. (2020) ‘PENGARUH PUBLIC RELATIONS TERHADAP PENINGKATAN PENGGUNA JASA DI BANDARA INTERNASIONAL KUALANAMU KAB. DELI SERDANG’, *Network Media*, 1(1). Available at: <https://doi.org/10.46576/jnm.v1i1.604>.
- Ramadan, A. (2021) ‘EFEKTIVITAS INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK “RENDANG UNINAM”’, *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 5(1), pp. 64–84. Available at: <https://doi.org/10.29244/jskpm.v5i1.796>.
- Ramadhan, F.H. (2017) ‘PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN @MR.CREAMPUFF SEBAGAI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN’.
- Shaleh, A. and Furrie, W. (2020) ‘Peran Public Relations Dalam Pemanfaatan Instagram Sebagai Alat Publikasi Untuk Meningkatkan Layanan Masyarakat Di Puskesmas Kecamatan Cilincing (Studi Kasus Pada Akun

Instagram @ puskesmascilincing)', *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(1), pp. 9–16. Available at: <https://doi.org/10.31334/lugas.v4i1.936>.

Tulandi, E.V., Rifai, M. and Lubis, F.O. (2021) 'Strategi Komunikasi Akun Instagram Ubah Stigma Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Mengenai Kesehatan Mental'.