

DAFTAR PUSTAKA

- Abd Rohim, & Asnawi, N. (2023). The Influence Of Brand Ambassador And Brand Awareness On Purchase Decisions Moderated By Brand Image (Case Study On Shopee Users In Lowokwaru District, Malang City). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 867–878.
<http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Ampangallo, N. Y., & Dewi, L. D. R. (2020). Strategi Public Relations Dalam Membangun Brand Awareness Fourhoms Design. *Pantarei*, 4(1), 1–8.
- Anggraini, S., & Maulida, D. (2023). Optimalisasi Peran Humas Pemerintah Kabupaten Nagan Raya Era Digitalisasi sebagai Upaya Mewujudkan Transparansi Informasi Publik (Optimizing the Public Relations Role of the Nagan Raya District Government in the Digitalization Era as an Effort to Realize . *Jurnal Studi Multidisiplin Ilmu*, 1(2), 51–58.
<https://doi.org/10.35912/jasmi.v1i2.2251>
- Annisa, Z. N., & Wulansari, D. (2024). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI STAFFEE.CA BOUQUET SIDOARJO. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 6(4), 1–9.
- Ardhya, R. P., Kholik, A., & Rizki, M. F. (2020). Strategi Content Marketing Melalui Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness Bias Education. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4(3), 16814–16824. <http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/191567>
- Arini, K. A., & Wibisono, N. (2022). Perancangan Video Promosi sebagai Upaya untuk Meningkatkan Brand Awareness Romantic Garden Pinus di Instagram. *Prosiding The 13th Industrial Research Workshop and National Seminar Bandung, 13-14 Juli 2022*, 13(01), 972–976.
- Aryani, I. D., & Murtiariyati, D. (2022). Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada a.D.a Souvenir Project. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 466–477.
<https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.479>
- Aulya, S. T., & Fikrani, D. I. (2024). Analisis Isi Konten Marketing Akun Instagram @Mop.Beauty Dalam Meningkatkan Engagement Followers.

Syntax Idea, 6(09), 37–48.

- Cindian, L. S. P., Elvianty, W. V., Yuendra, Z., & Yuandra, Z. (2025). Efektivitas Promosi Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada Generasi Milenial. *JUKONU: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 02, 80–87.
- Effendi, E., Hsb, S. P., Siregar, S. F., Harahap, Y. A., Purba, E. R. G. B., & Harahap, M. Y. (2024). Analisis Pentingnya Kode Etik Public Relation dalam Menjaga Citra Perusahaan. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 1466–1476. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i3.1557>
- Filayly, T. N., & Ruliana, P. (2022). Strategi Public Relations dalam Memulihkan Citra Perusahaan. *PARAHITA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 29–40. <https://doi.org/10.25008/parahita.v3i1.76>
- Gunawan, A. I., Yustikasari, & Nugraha, A. R. (2022). Implementasi Cyber Public Relations Pemerintah Kota Cimahi Sebagai Media Informasi Publik Mengenai Pandemi Covid-19 Dalam Mendukung E-Government. *Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora*, 1(6), 1243–1258.
- Hadinata, A. W., & Wijaya, L. S. (2024). Strategi Public Relations Umkm Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Batik Bulan Pekalongan Melalui Sosial Media. *Journal Syntax Idea*, 6(6), 2689–2704.
- Hafizah, E. (2021). Peran Media Dalam Pekerjaan Public Relations. *Jurnal Kaganga*, 5(2), 149–157. <https://doi.org/10.33369/jkaganga.5.2.52-60>
- Hasibuan, Z., Syahputri, N., Hamtheldy, R. Z., Ramadhan, A., & Suhairi. (2022). Pentingnya Mengembangkan Produk Dan Keputusan Merek Dalam Pemasaran Global. *JOSR: Journal of Social Research*, 1(4), 261–267.
- Istighfarin, F. R., & Yuliani, M. (2020). Peran Public Relation dalam Mengembalikan Citra Perusahaan: Studi Kasus Apartemen Cinere Bellevue Suites Pasca Kebakaran Tahun 2017. *INTELEKTIVA: Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 1(12), 236–245. <https://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/263>
- Jannah, N. A., Nurhanifah, Adrian, S., Nurfatin, S., & Siregar, R. L. (2024). Strategi Public Relations Mewujudkan Kesuksesan Kolaboratif Tiktok Shop dan Tokopedia dengan Fokus pada UMKM. *Jurnal Pendidikan Tambusai*,

8(2), 17890–17898.

- Jiwantono, J., Natadjaja, L., & Kurniawan, D. (2021). Perancangan Desain Konten Sosial Media tentang Sepak Bola melalui Instagram dengan berbasis Microblog. *Jurnal DKV Adiwarna, Universitas Kristen Petra*, 18(1), 1–10. <https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/11236>
- Kabelen, N. W. (2022). Analisis Dramatisasi Shot Video pada Iklan Sampo “Pantene.” *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 22(1), 1–7. <https://doi.org/10.9744/nirmana.22.1.1-7>
- Karim, I. Y., & Yulianita, N. (2021). Peran Instagram @greenarationid sebagai Media Kampanye Ramah Lingkungan. *Jurnal Riset Public Relations*, 1(2), 120–129. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v1i2.418>
- Kurata, J. A. (2020). Perancangan Promosi Tukang Sayoer Online Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Nawala Visual*, 2(2), 1–15. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v2i2.80>
- Lubis, W., & Fahdillah, Y. (2025). INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION DAN PERSONAL BRANDING DALAM MENINGKATKAN BRAND. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4, 592–606.
- Manik, C. M., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Starbucks Di Kota Medan. *JOSR: Journal Of Social Research*, 1(7), 694–707.
- Maulidia, R. (2020). Peran Humas Pemerintah Sebagai Sarana Komunikasi Publik (Studi Pada Bagian Humas Dan Protokol Pemerintah Kota Bogor). *UG JURNAL*, VOL.14(Edisi 07), 1–23.
- Nabila, N. F., & Winarti, O. (2023). Penerapan Digital Marketing Dan Peran Content Creator Pada Media Sosial Guna Meningkatkan Brand Awareness PT. Otak Kanan Surabaya. *JIPM: Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 136–146. <https://doi.org/10.47861/jipm-nalanda.v1i3.322>
- Nugraha, E. S., & Andarini, S. (2023). Optimalisasi Branding UMKM Mikasi Drink Dengan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran. *Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia*, 2(4), 294–300.

<https://jurnal.penerbitdaarulhuda.my.id/index.php/NJPC/article/view/570%0Ahttps://jurnal.penerbitdaarulhuda.my.id/index.php/NJPC/article/viewFile/570/599>

- Nurfaizi, R., & Tanjung, H. B. (2022). *Strategi Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Pada Akun Instagram Mazlem . Id) Universitas Ibn Khaldun Bogor , Bogor , Indonesia Pendahuluan. 1(3), 115–122.*
- Nurhayati, Z. H., & Ariani, D. W. (2023). Pengaruh Brand Awareness, Digital Marketing, dan Brand Equity Terhadap Niat Beli Konsumen Sepatu Nike. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research, 3(2), 13176–13184.*
- Permatasari, S., & Cyntia, H. (2024). Aktivitas Cyber Pr Humas Ditjen Imigrasi Dalam Publikasi Aplikasi M-Paspor Melalui Media Sosial Instagram. *Journal of Comprehensive Science, 3(1), 216–226.*
- Priadana, A., & Murdiyanto, A. W. (2020). Analisis Waktu Terbaik untuk Menerbitkan Konten di Instagram untuk Menjangkau Audiens. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan, 24(1), 59–70.*
<https://doi.org/10.46426/jp2kp.v24i1.118>
- Puspitasari, P. (2023). Perancangan Konten Marketing Dalam Meningkatkan Brand Awareness Melalui Media Tiktok Pada Umkm Kampoeng Radjoet Tahun 2023. *E-Procceding of Applied Science, 9(6), 2978–2983.*
- Putri, S., & Putri, Y. R. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Electronic Word of Mouth Melalui Instagram@ menantea. toko Terhadap Brand Awareness Pada Produk Menantea. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ), 4(4), 3988–3997.*
- Rizqy, D., Achsa, A., & Novitaningtyas, I. (2024). Analisis Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Digital (Studi Pada Penggunaan Instagram Untuk Bisnis). *Jurnal Nusa Manajemen, 1(1), 94–107.*
<https://doi.org/10.62237/jnm.v1i1.14>
- Sagita, R. A., & Siswahyudianto. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Pengembangan Brand Awareness pada Sentra Olahan Salak Kunara Desa Kedungrejo Kecamatan Megaluh Kabupaten Jombang. *INOBIIS: Jurnal*

- Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5(3), 327–340.
<https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v5i3.233>
- Soetantri, I., & Sukasah, T. (2020). Praktik Kegiatan Humas Bnn Dalam Pemanfaatan Media Sosial. *PRecious: Public Relations Journal*, 1(1), 89–117. <https://doi.org/10.24246/precious.v1i1.4192>
- Sya'idah, E. H., & Jauhari, T. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Brand Awareness Pada Lembaga Kursus Dan Pelatihan Lingua Franca Edutama. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(5), 2824–2833. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Syakir, M. F., & Mahmudah, F. N. (2023). Strategi Public Relation dalam Mengembangkan Citra dan Persepsi Masyarakat Terhadap Pondok Pesantren Islamic Centre Bin Baz (ICBB) Yogyakarta. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 4(3), 2378–2388. <https://doi.org/10.54373/imeij.v4i3.541>
- Widiantara, I. K. A. W. (2020). Strategi Public Relations Pemprow Bali Menuju Bali Bebas Sampah Plastik. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(2–3), 84–91.
<http://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya/article/view/390>
- Wiwesa, N. R., Pramulia, D., & Setiawati, R. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek Melalui Instagram (Studi Kasus Salah Satu Kedai Kopi Di Depok Jawa Barat). *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 4(2), 108–127.
<https://doi.org/10.7454/jabt.v4i2.1026>
- Yanthi, P. E. R. D., Nirmala, N. K. D. P., & Dewi, N. P. S. (2023). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi Digital Marketing Pada Crème Pastry di Denpasar Barat Tahun 2022. *Jurnal Arthaniti Studies*, 4(1), 16–24.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.7776553>
- Databoks Katadata (2022, Februari 09). Indonesia Hasilkan 60 Juta Ton Limbah B3 pada 2021. Diakses 5 Agustus 2024, dari
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/09/indonesia-hasilkan-60-juta-ton-limbah-b3-pada-2021>

- Databoks Katadata (2022, Januari 01). Ragam Sumber Informasi yang Paling Banyak Diakses Masyarakat. Diakses 13 Agustus 2024, dari <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/21fb2ffab497458/survei-kic-mayoritas-masyarakat-indonesia-mengakses-informasi-di-media-sosial>
- Katadata (2021, 14 Oktober). Survei UNDP: 95 Persen UMKM Berminat Terapkan Usaha Ramah Lingkungan. Diakses 13 Agustus 2024, dari <https://katadata.co.id/berita/industri/61681c66c21c2/survei-undp-95-persen-umkm-berminat-terapkan-usaha-ramah-lingkungan>
- Databoks Katadata (2024, 29 Januari). Dampak Digitalisasi bagi UMKM, Mayoritas Positif. Diakses 05 Agustus 2024, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/29/dampak-digitalisasi-bagi-umkm-mayoritas-positif>
- GoodStats (2023, 21 Juni). Menilik Pengguna Media Sosial Indonesia 2017-2026. Diakses 13 Agustus 2024, dari <https://data.goodstats.id/statistic/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUAlp>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah (2022, 04 Februari). Presentase Penduduk Berumur 5 Tahun ke Atas yang Mengakses Internet (Termasuk Facebook, Twitter, Whatsapp) dalam 3 Bulan Terakhir menurut Kabupaten/Kota dan Jenis Kelamin (Tahun), 2021. Diakses 27 Agustus 2024, dari <https://jateng.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTQ5MiMy/persentase-penduduk-berumur-5-tahun-ke-atas-yang-mengakses-internet-termasuk-facebook-twitter-whatsapp-dalam-3-bulan-terakhir-menurut-kabupaten-kota-dan-jenis-kelamin.html>
- Databoks Katadata (2024, 01 Maret). Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024. Diakses 13 Agustus 2024, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>
- Partipost (2024, 30 April). Waktu Terbaik Posting di Instagram dan TikTok Tahun 2024, dari <https://www.partipost.com/id/resources-guides-indonesia/waktu-terbaik-posting-di-instagram-dan-tiktok-2024>

- Populix (2024). Survei Populix Penggunaan Media Sosial, Instagram Paling Banyak Digunakan, dari <https://info.populix.co/articles/penggunaan-media-sosial/>
- Kumparan (2023, 01 September). Pengertian Medium Long Shot dalam Dunia Fotografi. Diakses 30 Oktober 2024, dari <https://kumparan.com/seputar-hobi/pengertian-medium-long-shot-dalam-dunia-fotografi-216Mh9oOVvR/3>
- EPSPRO (2019, 24 Februari). 9 Macam Shot Types Dalam Pengambilan Gambar Yang Harus Kamu Tau. Diakses 30 Oktober 2024, dari <https://eps-production.com/macam-macam-shot-types-dalam-pengambilan-gambar-yang-harus-kamu-tau-eps-production-com/>
- Youtube (2020, 26 Maret). Pentingnya Pergerakan Kamera dalam Pembuatan Video | Camera Movements. Diakses 30 Oktober 2024, dari https://www.youtube.com/watch?v=Q_yiVwQVs
- Youtube (2022, 05 Januari). Pergerakan Kamera Halus Pakai Hp (Tanpa Gimbal). Diakses 30 Oktober 2024, dari <https://www.youtube.com/watch?v=1hG3oNzwTLA>