

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2022). Masa Depan Branding yang Berorientasi pada Tujuan: Program Unggulan yang Berdampak & Menginspirasi Baik Bisnis maupun Masyarakat . Morgan James Publishing.
- Allstars.Id. (2023). Kalkulator Engagement Rate Instagram.
<https://www.allstars.id/instagram-engagement-rate-calculator> diakses pada tanggal 22 Juli 2024, pada pukul 20.00 WIB.
- Amalia, D & Dian, H. R. (2022). Strategi Public Relations Dalam Krisis Masa
- Aprilia, N. D. (2023). Meningkatkan Engagement Rate Pada Instagram Museum Negeri Sri Baduga Melalui Pendekatan Online Presence (Doctoral Dissertation, Poltekpar Nhi Bandung).
- Denni, D. M. R., & Manalu, M. R. (2021). Perancangan Sistem Informasi Peserta Keluarga Berencana di Perwakilan BKKBN Sumatera Utara Berbasis Visual Basic (VB) Net. *JITA (Journal of Information Technology and Accounting)*, 4(2), 7-11.
- Egan Evanzha Yudha Amriel, R. R. (2021). ANALISA ENGAGEMENT RATE DI INSTAGRAM : FENOMENA LIKE DAN KOMENTAR. *Media Manajemen Jasa*, 2-4.
- Ginting, Rahmanita Dkk. 2021. Media Sosial: Saring Sebelum Sharing. Cirebon: Penerbit Isnania.
- Karina, A., Indyaningrum, D. R., & Indika, D. R. (2024). Implementasi Strategi Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Engagement Rate Usaha Paten Coffee Jatinangor. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 28(5).
- Menurut Smith, R. D., & Place, K. R. (2022). Public Relations Practices: Managerial Case Studies And Problems. New York: Pearson.
- Nafi'ah, Q. A. (2023). Pembuatan Konten Interaktif Instagram@Lifestylefashionchannel Untuk Meningkatkan Engagement Audience (Doctoral Dissertation, Politeknik Negeri Media Kreatif).
- Palah, W. (2022). Pengembangan Media Pemasaran Berbentuk Video Pada Brand Sees. Id Sebagai Salah Satu Creative Agency Di Medan (Doctoral Dissertation, Politeknik Negeri Media Kreatif Psdku Medan).

Pandemi. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.

Rahman, Zikri. (2019). Peningkatan Kemampuan Anak Dalam Melakukan Keterampilan Sosial dan Kerja Sama Melalui Permainan Angin Puyuh. *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*. 1(2), 187-204.

Salsabila, A. L., & Rizqi, M. (2022). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Brand Awareness Produk Bibir Wardah Cosmetics Melalui Konten Instagram Reels Campus Ambassador Di Kalangan Mahasiswa. *Comserva: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(11), 970-982.

Sazali, H., & Sukriah, A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Oleh Humas Smau Ct Foundation Sebagai Media Informasi Dan Publikasi Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 10(2), 147-160.

Septiani, Adelia Dkk. 2020. *Media Sosial, Identitas, Transformasi, Dan Tantangannya*. Malang: Intelegensia Media (Intrans Publishing Group).

Sidiq, Rahman. 2019. *Teknik Berjualan Dengan Digital Marketing*. Tangerang Selatan: Udacoding.

Sitepu, P. D., Dewi, S., Djamil, W. K., Krestiwawan, A. D., & Krismawan, I. (2024). Produksi Video Edukasi Antigratifikasi: Sebuah Kolaborasi Pengabdian Kepada Masyarakat Antara Universitas Dengan Lembaga Negara. *Abdimas Universal*, 6(1), 194-204.