

DAFTAR PUSTAKA

- Amriel, E. E. Y., & Ariescy, R. R. (2021). *Analisa Engagement Rate Di Instagram: Fenomena Like Dan Komentar*. Media Manajemen Jasa, 9(2).
- Anura, N. S., & Mustikasari, A. (2022). *Perancangan Konten Pada Media Sosial Instagram Yayasan Pemuda Peduli Pada Bulan Januari–April Tahun 2022*. Eproceedings of Applied Science, 8(5).
- Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). *Analisis peran media sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan online*. Jurnal Pendidikan Tambusai, 5(3), 8920-8928.
- Alexander, A., Pilonato, S., & Redigolo, G. (2023). *Do institutional donors value social media activity and engagement? Empirical evidence on Italian non-profit grantees*. The British Accounting Review, 55(5), 101169.
- Agus, Widianara I. Komang. (2020). *Peran dan strategi public relations dalam pengembangan organisasi nirlaba*. Maha Widya Duta: Jurnal Penerangan Agama, Pariwisata Budaya, dan Ilmu Komunikasi 2.2, 66-71.
- Datareportal.com (2025). *Pengguna Instagram di Indonesia pada tahun 2025*. <https://datareportal.com/reports/digital-2025>
- Dealls.com (2025). *Jam Posting Instagram Terbaik 2025 Untuk Feeds, Reels, & Story* <https://dealls.com/pengembangan-karir/jam-posting-instagram>
- Fadilla, R. Z., Moenawar, M. G., Muhammad, B., Firdaus, D., Manisya, N., & Awalina, S. P. (2024). *Strategi Humas Kota Bandung Dalam Menyusun Content Pillar Media Sosial*. NIVEDANA: Jurnal Komunikasi dan Bahasa, 5(4), 576-593.
- Firman, M. (2024). *Strategi public relations unilever indonesia dalam menjaga reputasi pasca isu boikot pro-Israel*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen, 2(6), 171-178.
- Jannah, N. A., Nurhanifah, N., Syahputra, A., Safika, N., & 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.
- Julyanto, M. R., & Ismail, O. A. (2023). *Strategi Media Sosial Instagram Prfmnews*. eProceedings of Management, 10(4).
- Khoiry, A. L., & Ramadhan, M. I. (2023, July). *Strategi Social Media Management Socioworks dalam Meningkatkan Engagement Instagram Audience@*

- gajahduduk_id*. In Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (Semakom) (Vol. 1, No. 2, Juli, pp. 9-15).
- Klafke, Renata V., et al. *Engagement in social networks: A multi-method study in non-profits organizations*. International Review on Public and Nonprofit Marketing 18.2 (2021): 295-315.
- Lailia, V. R., & Dwiridotjahjono, J. (2023). *Penerapan strategi pemasaran digital melalui media sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan pada Arunazma*. Jurnal of Management and Social Sciences, 1(2), 01-10.
- Nicky, C. C., & Lestari, M. T. (2025). *Pengelolaan Konten Media Sosial Akun Instagram@ soekarnohattaairport Dalam Meningkatkan Customer Engagement*. Jurnal Pustaka Komunikasi, 8(1), 74-89.
- Nizarisda, T. L., Zubair, F., & Ramdan, A. T. M. (2023). *Upaya Peningkatan Engagement Media Sosial Instagram Oleh Media Parapuan*. Jurnal Common, 7(2), 138-150.
- Permatasari, I., Nau, N. U. W., & Hergianasari, P. (2023). *Peran Ngo Dalam Mendukung Sdgs Pendidikan Berkualitas (Studi Kasus: Project Child Indonesia Di Yogyakarta (2018-2022))*. Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2(04), 19-34.
- Putri, O. B., & Asnusa, S. (2025). *Peran Kualitas Konten dalam Strategi Content Marketing untuk Meraih Engagement Tinggi di Instagram dan TikTok Honda Pramuka*. Innovative: Journal Of Social Science Research, 5(1), 5430-5441.
- Rahma, F. A. (2024). *Strategi Publik Relations dalam Mengoptimalkan Pengaruh Digital*. Misterius: Publikasi Ilmu Seni dan Desain Komunikasi Visual, 1(2), 55-64.
- 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.
- Sabir, A. A. A., Sutomo, M., Zahara, Z., & Wanti, S. (2025). *Optimalisasi Media Sosial Dalam Meningkatkan Branding Umkm Eyo Sebagai Strategi Digital Marketing*. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 9(1), 1057-1069.
- Sanggalih, B. R., & Setiawati, S. D. (2025). *Strategi Konten Edukasi Kesehatan Pada Media Sosial Instagram@ yakespertamina*. eProceedings of Management, 12(2).

- Sofian, F., & Abidin, S. (2024). *Strategi Public Relation Dalam Mempertahankan Citra Positif Hotel Swis-Bell Harbour Bay Dikota Batam Pasca Pandemi Covid-19: Pendahuluan, Kajian Teori, Metodologi Penelitian, Hasil Dan Pembahasan, Simpulan, Daftar Pustaka*. Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 6(1).
- Susanto, G., Leo, D., Evelyn, R., & Felicio, H. (2023). *Pemanfaatan Algoritma Tiktok Dan Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness*. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 9(22), 483-491.
- Utami, N. F., & Yuliati, N. (2022, July). Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media informasi. In Bandung Conference Series: Public Relations (Vol. 2, No. 2, pp. 311-317).
- Veranita, M., Susilowati, R., & Yusuf, R. (2021). *Pemanfaatan Platform Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Akun@ kolakcampurkolaku)*. Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan, 17(3), 279-290.
- Wardani, R. (2024). *Perkembangan Arah Non-Governmental Organization (NGO) serta Civil Society di Indonesia: Periode 2024-2025*. Jurnal Sosial Teknologi, 4(9), 669-679.