

## DAFTAR PUSTAKA

- Asari, A., Syaifuddin, E. R., Ningsi, N., Sudianto, Maria, H. D., Adhicandra, I., Nuraini, R., Baijuri, A., Pamungkas, A., Kusumah, F. G., Yuhanda, G. P., & Murti, S. (2023). *Komunikasi Digital*. Penerbit Lakeisha.
- Azwar, Zempi, C. N., Hapsari, D. T., Masduki, D., Ayuningtyas, F., Handayani, L., Sadjijo, P., Tayibnapis, R. G., & Hendrayani, Y. (2022). *Dinamika Komunikasi Sejarah, Teori, dan Aplikasi pada Fenomena Masa Kini*. LPPM Press.
- Blessing, L. T. M., & Amaresh, C. (2009). *DRM, a design research methodology*. Springer.
- Harahap, S. M., Rizki, J. W. S., & Siregar, E. Z. (2022). *STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI* (1 ed.). PRENADA.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories of human communication* (Eleventh edition). Waveland Press, Inc.
- Mendrofa, F. A. M., & Susilowati, K. (2024). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Penerbit Penamuda Media.
- Monica, D., Astari, D. W., Irawan, R. R., & Novekawati. (2023). AUDIT KOMUNIKASI STRATEGI DIGITAL UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KOTABUMI DALAM MENGUATKAN BRAND IMAGE DI INSTAGRAM. *Jurnal Komsopol*, 3(1).
- Mulyana, D. (2010). *Ilmu komunikasi suatu pengantar* (Cetakan keempatbelas). Penerbit PT Remaja Rosdakarya.

- Mulyanto, K. P., Putri, F. M., & Febriana, P. (2025). Peran Instagram dan TikTok dalam Memperkuat Branding FBHIS UMSIDA. *BUANA KOMUNIKASI: Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi*, 6(1), 35–47.
- Nashrullah, M., Maharani, O., Rohman, A., Fahyuni, E. F., Nurdyansyah, & Untari, R. S. (2023). Metodologi Penelitian Pendidikan. Dalam *Buku Prosedur: Penelitian Pendidikan*. UMSIDA Press.
- Novrianto, L., & Ismail, J. (2025). Pemanfaatan Analitik Digital dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Berbasis Data untuk Meningkatkan Brand Awareness Universitas di Era Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Administrasi Publik dan Kebijakan Negara*, 2(1), 182–193.  
<https://doi.org/10.62383/komunikasi.v2i1.200>
- Pramono, D., & Lukiwati, L. (2025). INSTAGRAM SEBAGAI KANAL DIGITAL BRANDING INSTITUSI PENDIDIKAN TINGGI. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(8).
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*, 17(33).  
<https://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/alhadharah/article/view/2374/1691>
- Rosalia, D. (2025). Strategi Komunikasi Digital dalam Pemasaran: Studi Peran Media Sosial dalam Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal EMT KITA*, 9, 488–499. <https://doi.org/10.35870/emt.v9i2.3851>
- Setiawati, W., Erwina, W., & Perbawasari, S. (2022). Digital branding Kantor Arsip Universitas Padjadjaran dalam upaya penguatan reputasi. *PROfesi Humas*, 6, 243–266.

Sidiq, U., & Choiri, M. M. (2019). *METODE PENELITIAN KUALITATIF DI BIDANG PENDIDIKAN*. CV. Nata Karya.

West, R. L., & Turner, L. H. (2021). *Introducing communication theory: Analysis and application* (Seventh edition). McGraw-Hill Education.

Pasal – Pasal

Peraturan Rektor Universitas Diponegoro Nomor 13 Tahun 2024 tentang  
Organisasi Dan Tata Kerja Unsur-Unsur Di Bawah Rektor Universitas  
Diponegoro

Situs Web

Facebook.com. (2019). *Facebook*. [online] Available at:

<https://www.facebook.com/share/12MX8rkscG8/> [Accessed 29 May 2025].

Undip TV Official (2022). *KKN Kuda Lumping Undip 2022*. [online] YouTube.

Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=bkjBA-BCxFM> [Accessed 29 May 2025].

Thompson, A. and Thompson, A. (2024). *Digital 2024 July Global Statshot Report - We Are Social Indonesia*. [online] We Are Social Indonesia. Available at: <https://wearesocial.com/id/blog/2024/07/digital-2024-july-global-statshot-report/> [Accessed 18 May 2025].