

DAFTAR PUSTAKA

- Amarsani. (2021). Pemanfaatan Fitur Instagram Reels sebagai Media Personal Branding. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(1), 123–134.
- Broom, G. M., & Sha, B.-L. (2013). *Cutlip and Centers Effective Public Relations*. Pearson Education Limited.
- Fajarwati, H. L., Suratmi, H. ., Atmaji, B. P., & Wati, S. (2025). Hubungan Komunikasi Terapeutik Dengan Loyalitas Pasien di Rawat Jalan. *Jurnal Ilmiah Keperawatan*, 11(3).
- Fauzia, H., Sejati, N. P., Fadhilah, F., & Pratiwi, R. M. (2025). Peran Humas dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram @ Chocodot Official pada PT Tama Cokelat. 9(1), 25–39.
- Hamdi, M. Y. O., Syafrizal, A., & Cahyono, B. (2025). Penerapan Teknik Sinematografi dalam Pembuatan Video Promosi Cookies Sagoo. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(6).
- Ibrahim, B., & Anna, G. Z. (2016). Peran Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan Listrik Negara Di Kota Bandar Lampung. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi*.
- Jenkins, H. (2009). Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century. *Cambridge: MIT Press*.
- Juwita, R. (2017). Media Sosial dan Perkembangan Komunikasi Korporat. *Urnal Penelitian Komunikasi*, 20(1), 47–60. <https://doi.org/10.20422/jpk.v20i1.136>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kurniawan, C., & Rusdi, F. (2024). Strategi Komunikasi di Media Sosial PT . Pos Logistik Indonesia dalam Membangun Brand Awareness. *Prologia*, 8(1), 152–159.
- Lestari, K. K., Styawati, K. A., Az-zahra, S. F., Aqilah, W. S., & Ramli, M. R. (2025).

- Pengembangan Media Pembelajaran berbasis Video Animasi Mata Pelajaran IPAS di SDN 37 Kota Sorong. *Science Education Research (Search) Journal*, 3(2), 93–102.
- Maulana, R. F. (2025). Proses produksi video iklan digital melalui media sosial di Universitas Indonesia Maju: Studi kasus pada Instagram @uimaofficial. *Kampus Akademik Publishing Jurnal Ilmiah Nusantara (JINU)*, 2(6), 1007–1015.
- Meliani, M., Septianah, N., Septiani, S., & Kurniasari, N. G. A. K. (2024). Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Brand Awareness Produk “ Broodis ” Di Social Media Instagram. *Jurnal Public Relations (JPR)*, 5(April), 32–40.
- Pitaloka, M., & Hasanah, N. (2025). Peran Pemerintah dalam Meningkatkan Investasi Penanaman Modal Asing dan Investasi Penanaman Modal Dalam Negeri. *Journal of Economics Development Research*, 1(3), 113–121.
- Prihatini, D. (2021). Pembentukan Reputasi Organisasi Melalui Total Corporate Communication. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(9). <https://jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/view/4088/2412>
- PT Kawasan Berikat Nusantara. (2022). *Portofolio PT Kawasan Berikat Nusantara*. <https://www.danareksa.co.id/anggota-kami/kawasan-industri/pt-kawasan-berikat-nusantara/>
- PT Kawasan Berikat Nusantara. (2023). *Profil Perusahaan*. <https://kbn.co.id/>
- Saidah, A. A., Dewi, A., Kirana, P., & Ferdiansah, M. A. (2025). Strategi Digital Branding melalui Instagram Reels dalam Peningkatan Brand Awareness Agensi Skyline Society Surabaya. *Seminar Nasional Ilmu-Ilmu Sosial*, 46–55.
- Sukur, I. F., & Haryadi. (2025). Peran Kualitas Visual Konten Dan Engagement Pengguna Terhadap Brand Awareness Pada Instagram @minyakkarolaucih. *Economics and Digital Business Review*, 6(2), 1265–1279.
- Trinandhi, S. R., & Dharmawan, L. (2025). Pengaruh Konten Brand Awareness pada Instagram Harris Hotel & Convention Cibinong City Mall Bogor terhadap Minat

Tamu Menginap. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 6(2), 1237–1259.

Yulistiana, M. (2022). *Pemanfaatan Fitur Reels Di Instagram Sebagai Media Promosi @beningsclinic_Pekanbaru*. Universitas Islam Riau Pekanbaru.