

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda¹, A. S. R., Hamidah, S. S., Rusdiana, R., & Muhammad⁴, F. (2022). *Peran Public Relations di Industri Perhotelan*. <https://www.academia.edu/download/110384056/13.pdf>
- Amriel, E. E. Y., & Ariescy, R. R. (2021). Analisa engagement rate di Instagram: Fenomena like dan komentar. *Media Manajemen Jasa*, 9(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.52447/mmj.v9i2.5555>
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). *Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu*. <https://doi.org/https://doi.org/10.22487/ejk.v9i2.327>
- Aryani, I. D., & Murtiariyati, D. (2022). Instagram sebagai media promosi dalam meningkatkan jumlah penjualan pada ADA souvenir project. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2). <https://pdfs.semanticscholar.org/10cd/71ee052ece4f159c863ab24b9bcc4a715485.pdf>
- Ayoga, H. M., & Saputro, E. P. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Brand Awareness melalui Media Sosial Instagram@molla_studio. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 777–795. <https://doi.org/https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i3.4775>
- Evita, Y. N., Trihartono, A., & Prabhawati, A. (2022). Pengakuan UNESCO atas batik sebagai warisan budaya tak benda (WBTB). *Majalah Ilmiah Dian Ilmu*, 21(2), 113–128. <https://doi.org/https://doi.org/10.37849/midi.v21i2.260>
- Filayly, T. N., & Ruliana, P. (2022). Strategi public relations dalam memulihkan citra perusahaan. *PARAHITA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 29–40. <https://www.academia.edu/download/89570853/56.pdf>
- Herlina Tarigan, M. (2024). BRAND AWARENESS, BRAND EQUITY, DAN MANFAATNYA. In Hartini (Ed.), *DIGITAL*. Lakeisha. [http://eprint.stieww.ac.id/2672/2/Sertifikat dan Buku DIGITAL MARKETING %28Era Revolusi Industri 4.0%29.pdf#page=185](http://eprint.stieww.ac.id/2672/2/Sertifikat%20dan%20Buku%20DIGITAL%20MARKETING%20Era%20Revolusi%20Industri%204.0.pdf#page=185)
- Khoiroh, U., & Anam, S. (2026). ANALISIS TEKNIK SAMPLING DALAM PENELITIAN KUANTITATIF DAN PENGARUHNYA TERHADAP KUALITAS DATA. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 5(1), 1418–1424. <https://publisherqu.com/index.php/pediaqu/article/view/3914>
- Manik, C. M., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian pada konsumen Starbucks di Kota Medan. *Journal of Social Research*, 1(7), 694–707. <https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr/article/download/134/174>

- 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 (J-PR)*, 5(1), 32–40. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jpr.v5i1.4945>
- Nugroho, A. Y., Kom, M., & Par, M. (2025). Pengantar videografi untuk pemula. In T. Y. Zalmi (Ed.), *Yogyakarta: CV Gemilang Press Indonesia*. Gemilang Press Indonesia. https://www.researchgate.net/profile/Gemilang-Press/publication/390115044_PENGANTAR_VIDEOGRAFI_UNTUK_PEMULA/links/67e0cf753ad6d174c4bb137c/PENGANTAR-VIDEOGRAFI-UNTUK-PEMULA.pdf
- Parapat, R. W., Zebua, A. H., Nurhanifah, N., Sambas, N. A., Irzwansyah, M. D., & Hasibuan, F. A. K. (2024). Peran Public Relation dalam Meningkatkan Citra Universitas Medan Area. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(1), 127–137. <https://doi.org/https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i1.3304>
- Pramitha, A. B. M. (2025). *LKP: Penerapan Strategi Digital Marketing untuk Meningkatkan Engagement pada CV. Alfa Survey Surabaya*. Universitas Dinamika. <https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/8147/>
- Putri, V. N., & Paramita, S. (2023). Strategi Komunikasi Perusahaan Fashion di Sosial Media dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Kiwari*, 2(2), 303–309. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/ki.v2i2.24020>
- Qadir, A., & Ramli, M. (2024). Media sosial (definisi, sejarah dan jenis-jenisnya). *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 3(6), 2713–2724. <https://publisherqu.com/index.php/Al-Furqan/article/view/1787>
- Rachma, K. S. (2023). *Peran Videografer Dalam Pembuatan Video Diary Anak Magang Untuk Youtube Magangjogja. Com*. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta. <http://repository.stikom Yogyakarta.ac.id/417/>
- Saptiyono, A., Steyowati, R. M., & Pujiastuti, B. N. S. (2025). Sosial Media Content Strategy for Local Pride Campaigns: a Case Study of@Batiksemarang16 in Building Brand Awareness. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 13(1), 29–37. <https://doi.org/https://doi.org/10.37826/spektrum.v13i1.756>
- Setiawan, Y. L. (2024). BAB I PENGERTIAN PUBLIC RELATIONS. In J. Nasir (Ed.), *RELATIONS ERA DIGITAL*. CV. Gita Lentera. https://www.academia.edu/download/117221311/Final_ISBN_Buku_PR_compressed.pdf#page=11
- Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N. A., & Permana, B. G. (2024). Peranan media sosial Instagram terhadap interaksi sosial dan etika pada generasi Z. *Journal on Education*, 6(2), 11029–11037. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4888>