

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Tri Nugroho. 2011. *Fotografi Untuk Humas*. Jakarta: *sinaukomunikasi.id*. Baskin dkk. 1997. *Public Relations The Profession And The Practice: 4th Edition*. Boston: MC. Graw Hill.
- Anders, A. (2021). Peran Aplikasi Layan-Antar Makanan dalam Meningkatkan Pendapatan Bisnis F&B Franchise: Studi Kasus TOTLAH Gading Serpong. Podomoro University.
- Arief, N. (2019). Public Relations In The Era of Artificial Intelligence (Bagaimana Big Data dan AI Merevolusi Dunia PR). Simbiosis Rekatama Media.
- Astuti, M. A. (2026). STRATEGI KONTEN INSTAGRAM DAN PEMBENTUKAN BRAND AWARENESS: STUDI PADA AKUN @WARKOPOLIM. *IV*, 140-150. doi: <https://doi.org/10.25124/ijdp.v4i2.10484>
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective public relations* (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Danu Zulfan Irnanda, A. D. (2025). Perancangan Unggahan Carousel Sebagai Media Edukasi dan Promosi dalam Instagram Petshop Azria Vet Care. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 3716-3724.
- Darmawanto, Eko. 2019. *Fotografi: Dasar-dasar Pengoperasian Kamera*. Jawa Tengah: Unisnu Press
- Darwin, M. dkk (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Jawa barat: CV Media Sains Indonesia
- Fadhallah. (2020). Wawancara. UNJ Press.
- Filipe Ximenes Guterres¹, K. D. (2025). Pengaruh Digital dan Word of Mouth Marketing Terhadap Popularitas Brand Awareness pada Bisnis Kopi Keliling di Surabaya. *21*.
- Gandariani, Titis. 2016. *Public Relations Dan Kemampuan Menulis Press Release Sebagai Publisitas Korporat*. Jakarta: Lentera Komunikasi
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi, Ed.). CV. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Herimanto, Bambang. 2017. *Public Relations dalam Organisasi*. Jogja: Santusta
- Hilda. 2022. *Memahami Pentingnya Fotografi Pada Public Relations*. Jakarta: *blogcakap*
- Komar, Richard. 2014. *Manajemen Perhotelan*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Muhammad Wildan¹, L. H. (2025). Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Brand Awareness Kafe Cangopi. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan, II*, 1-7.
- Natan Luturmas^{1*}, Z. V. (2023). Strategi Integrated Marketing Communication Mossa Coffee untuk meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, 7. doi: <https://doi.org/10.23887/jppsh.v7i3.70114>

- Prasetya, B. P. P. (2022). *Instagram Post Design Guide Book*. Ma Chung Pers.
- Safirasuri, Shela; Rastyana, U. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Jago Coffee di Jakarta Selatan. *Glory : Global Leadership Organizational Research in Management*, 2(2), 205–216. <https://doi.org/10.61132/santri.v2i2.493>
- Setiadi, T. (2017). *Dasar Fotografi Cara Cepat Memahami Fotografi*.
- Septiani, V. A., Wijayanti, C. I., Larasati, U., Nazhiifah, A. K., & Zuhri, S. (2024). Analisis perilaku konsumen pada kopi keliling sebagai alternatif gaya hidup gen z. 5(4).
- Supada, W. (2020). PERAN PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN PENCITRAAN POSITIF ORGANISASI (Vol. 1, Issue 1).
- ZHAQIYA RIZQY HAPSARI^{1*}, A. W. (2024). Coffee shop dan gaya hidup mahasiswa perkotaan. *Journal of Youth and Outdoor Activities*.