

DAFTAR PUSTAKA

- Adiarsi, G. R., Stellarosa, Y., & Silaban, M. W. (2022). Literasi media internet di kalangan mahasiswa. *Humaniora*, 6(4), 470–482. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v6i4.3376>
- Amirullah, F., & Aesthetika, N. M. (2024). Analisis resepsi masyarakat terhadap desain grafis pada billboard kampanye program pemerintah daerah. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 1(1), 12–21. <https://doi.org/10.47134/dkv.v1i1.2621>
- Anggraeni, E. (2023). Kampanye public relations Dinas Kesehatan Kabupaten Tasikmalaya melalui radio untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam melaksanakan vaksinasi Covid-19 (Skripsi Sarjana). UIN Sunan Gunung Djati Bandung. <https://digilib.uinsgd.ac.id/98188/>
- Ayubi, S., Vaala, A., Rahmawati, A. A., & Fariha, N. F. (2024). Pengaruh marketing public relations terhadap brand awareness melalui media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial*, 4(1), 41–47. <https://jurnal.minartis.com/index.php/jkomdis/article/view/1426>
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik pemuda Indonesia 2023*. Jakarta: Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/publication/2023/11/30/statistik-pemuda-indonesia-2023.html>
- Bailey, R. (2024, February 22). *PR planning toolkit*. PR Academy. <https://pracademy.co.uk/insights/pr-planning-toolkit/>
- Endri, E. P., & Prasetyo, K. (2021). Strategi komunikasi pemasaran produk kopi Kawa Daun dalam membangun brand awareness. *Jurnal Audiens*, 2(1), 1–10. <https://journal.umy.ac.id/index.php/jas/article/view/9836>
- Felano, G. I., & Wijaya, L. S. (2024). Strategi promosi public relations dalam membangun brand awareness melalui Instagram. *Journal Media Public Relations*, 5(1)23–32. <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/jmpr/article/download/2406>
- Jacksen, E. H., Susanto, E. H., & Pandrianto, N. (2021). Analisis key opinion leaders di media sosial dalam membentuk opini khalayak. *Koneksi*, 5(1),

90–97. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i1.10187>

- Muslikhin. (2024). Future of radio broadcasting and audience behavior in streaming and apps. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 7(2), 95–107. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/view/5162>
- Noviyanti, D., Fitriani, Z. N., Wahyuni, A. T., Khairunisa, R., & Syahlendra, R. (2025). Pengembangan strategi branding institusi pendidikan tinggi melalui optimalisasi media sosial. *Prosiding SENANTIAS: Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(2), 426–436. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Senan/article/view/50877>
- Nuraeni, E., Witantra, A. P., & Nesia, A. (2024). Strategi marketing public relations melalui media sosial dalam membangun brand awareness. *Jurnal Riset Komunikasi Terapan*, 2(1), 1–11. <https://ejournal.uinsatu.ac.id/index.php/jkrt/article/download/23151>
- Putri, E. E. A., & Winduwati, S. (2024). Strategi kampanye public relations dalam mengembangkan brand awareness melalui key opinion leader. *Prologia*, 8(2), 457–466. <https://doi.org/10.24912/pr.v8i2.27670>
- Rohim, S. (2024). The utilization of YouTube by radio as alternative content distribution channel. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 9(1), 1–10. <https://jurnal.unpad.ac.id/manajemen-komunikasi/article/view/53753>
- Rorencia, V. A., & Wijaya, L. S. (2025). Strategi public relations Muscle First dalam membangun brand awareness melalui Instagram. *Jurnal Pustaka Komunikasi*. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/view/4114>
- Sembiring, M. A., Maulina, T. F., Harahap, M. Y., & Fharisi, M. (2024). Peran public relations dalam membangun brand awareness di era digital. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 4(9), 87–95. <https://jurnal.triwikrama.ac.id/index.php/triwikrama/article/download/5272/3120>
- Siregar, A. H., Zimazanya, B., Alicia, Nurjanah, S., & Sandehang, R. M. E. (2025). *Pemanfaatan desain grafis di era digital: Pengenalan dan pemanfaatan*. *Jurnal Sinergi Sistem Informasi Pengabdian Masyarakat*,

1(1). <https://journal.jci.co.id/jspm/article/view/155/29>

Yuanita, D. (2021). Peran key opinion leader dalam strategi public relations pada komunikasi krisis perusahaan. *PRofesi Humas*, 6(1), 23–31. <https://journal.unpad.ac.id/profesi-humas/article/view/29693>