

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, R. (2024). Media sosial sebagai titik awal membangun awareness: Teori dan implikasi. *Jurnal Komunikasi Modern*, 9(3), 210–228.
- Arianto, B., & Rani, D. (2024). *Instagram sebagai media sosial visual dan interaktif*. (Jurnal komunikasi digital). <https://garuda.kemdikbud.go.id>.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Pearson.
- DataReportal. (2024). Digital 2024: Indonesia — social media usage statistics including TikTok and Instagram. Kepios/DataReportal.
- Dhanashree, G. S., & Banu, H. K. (2024). *Revolutionizing customer engagement through hyper-personalization in the digital era*. In *New Entrepreneurial Trends in Business Marketing Knowledge*. 720 Degree Publication.
- Francis, T., & Hoefel, F. (2021). Generation Z characteristics and media consumption. *Journal of Business Research*, 124, 149–159.
- Gregory, A. (2017). *Planning and managing public relations campaigns*.
- Hayati, N., & Afriani, R. (2024). *Fungsi hashtag dalam media sosial*. (Jurnal komunikasi). <https://garuda.kemdikbud.go.id>.
- Handayani, A., Nugroho, B., & Setiawan, C. (2024). Perilaku audiens generasi muda dalam konsumsi media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Digital*, 5(1), 45–58.
- Haryadi, R., & Cahyani, L. (2024). Instagram sebagai media komunikasi institusi. *Jurnal Komunikasi Digital*, 3(2), 77–92.
- Henita, S., Putri, D., & Ardiansyah, T. (2024). Peran media kampus dalam komunikasi institusi. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 8(1), 10–25.
- Keller, K. L. (2024). Brand awareness: Konsep dan aplikasi (dalam P. Wardhana, Ed.). Salemba Empat.
- Kim, C. M. (2021). *Social media campaign communication planning*. (Konsep kampanye media sosial). <https://www.sciencedirect.com>.
- Kumara, P., Wicaksono, E., & Sucipto, D. (2025). Strategi komunikasi digital untuk membangun reputasi institusi. *Jurnal Komunikasi Pemasaran*, 4(1), 31–47.

- Nardo, R., Yuliana, L., Ratnasari, K., Nugraha, J., Lasminingrat, A., Kusuma, H. W., Fauziridwan, M., Sudirman, A., Winata, A. S., Imron, A., Nursalim, A., Syahputri, A., Oktavianti, P. R. M., Zulbahri, L., & Yuhendra, A. (2024). *Branding strategy di era digital*. Eureka Media Aksara.
- Natalia, R., Pratama, A., & Lestari, S. (2025). Peran media sosial dalam interaksi sosial generasi Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 59–73.
- Pitaloka, A. (2022). *Fitur Instagram dan keterlibatan pengguna*. (Jurnal media sosial).
- Putri, & Haninda. (2024). *Efektivitas Instagram sebagai media promosi Radio KIS 95.1 FM*. Triwikrama: *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(8).
- Qadir, & Ramli. (2024). *Media sosial sebagai sarana komunikasi dua arah*. (Jurnal komunikasi digital).
- Rahmawati, & Prabowo. (2022). *Strategi public relations melalui Instagram dalam membangun brand awareness Radio Prambors*. (Jurnal/Prosiding Ilmu Komunikasi).
- Richadinata, & Astitiani. (2021). *Peran media sosial dalam keputusan konsumen*. (Jurnal pemasaran digital). <https://ejournal.undiksha.ac.id>.
- Rindiani, et al. (2023). *Instagram Story sebagai fitur interaktif*.
- Ryanda, L. (2024). *Efektivitas konten visual pada media sosial*. Undip Press.
- Safitri, et al. (2022). *Instagram Reels dalam digital engagement*.
- Santoso, B. (2024). *Konvergensi media dan perkembangan teknologi komunikasi*. Prenadamedia Group.
- Sari, N., & Nugroho, A. (2022). Strategi pengelolaan konten media sosial. *Jurnal Komunikasi Digital*, 2(1), 123–139.
- Smith, R. D. (2017). *Strategic planning for public relations*. Routledge.
- Sulu. (2025). *Pengaruh kampanye public relations digital terhadap interaksi audiens pada konten kolaborasi Instagram*.
- Sobur, A. (2024). *Media massa: Teori dan klasifikasi* (dalam B. Santoso, Ed.). Remaja Rosdakarya.
- Surjono, H. (2024). Kolaborasi media sosial untuk perluasan jangkauan audiens. *Jurnal Media & Komunikasi*, 6(2), 101–118.

Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2023). *Social media marketing* (4th ed.). Sage Publications.