

DAFTAR PUSTAKA

- Arsanti, D. A., & Judianto, O. (2025). The Application of Patchwork Techniques on Production Waste Fabric in A Shoulder Bag Design. *TEXTURE Art and Culture Journal*, 8(1), 55-68.
- Azzahra, P. B., et al. (2025). Peran Public Relation Mengelola Media untuk Mendukung Pemasaran PT PLN Nusantara Power. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(12), 13564-13568.
- Aziz, S. S. (2025). *Implementasi strategi Public Relations dan produksi konten berbasis AIDA untuk meningkatkan jangkauan pada platform Instagram Reels @matahariholidaybus* (Undergraduate thesis, Universitas Diponegoro).
- Endrayana, J. P. M., & Retnasari, D. (2021). Penerapan sustainable fashion dan ethical fashion dalam menghadapi dampak negatif fast fashion. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 16(1).
- FARELIA, M. D. (2025). *ANALISIS FAKTOR PENDORONG YANG MEMPENGARUHI CONSUMER ORIENTATION TO SLOW FASHION TERHADAP PURCHASE INTENTION DAN WILLINGNESS TO PAY PREMIUM PAKAIAN SLOW FASHION DENGAN PERCEIVED CUSTOMER VALUE SEBAGAI INTERVENING* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ANDALAS).
- Fauzi, M., et al. (2024). Digital PR: Transformasi hubungan masyarakat di era media baru. *Jurnal Transformasi Digital*, 3(2), 12±25.
- Firmansyah. (2023). Strategi *Public Relations* dalam Membangun Kemitraan Strategis untuk Meningkatkan Citra Korporat.
- Fitriani, K., & Permatasari, I. R. (2025). Penerapan Strategi Promosi di Media Sosial Instagram Feed dalam Memperluas Jangkauan Pasar UMKM Foodnaku di Kota Malang. *Jejak digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5b), 3781-3790.
- Goodstats.id Di Akses Pada Tanggal 30 Maret 2026.
- Harahap, A. F. D., et al. (2022). Pelatihan Media Sosial Instagram Dalam Pemanfaatan Fiturnya Sebagai Peluang Usaha. *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 2985–8313. <https://Napoleoncat.Com/>

Hasdiansa, I. W., et al. (2023). Pengaruh media sosial terhadap perilaku pembelian ramah lingkungan generasi Milenial dan generasi Z. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 12(1), 49-60.

<https://portal-sipsn.kemennlh.go.id/> di Akses Pada Tanggal 25 Februari 2026.

Husna, N. K., & Mala, I. K. (2024). Strategi pemasaran konten dalam meningkatkan interaksi konsumen di media sosial. *Ekonomika*, 12(2), 21-31.

Kinasih, A., et al. (2022). Pemanfaatan Sampah Plastik Kemasan Dan Kain Perca Sebagai Bentuk Kreatifitas Ekonomis Di Desa Sidodadi Sekampung Lampung. *Jompa Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 1-11.

Kumar, N. (2025, Januari 2). demandsage. Retrieved from demandsage.com: <https://www.demandsage.com/Instagram-reel-statistics/>

livedune.com diakses pada tanggal 20 Mei 2026.

Muhammad Nur Arfan, A. (2024). *Manajemen Public Relations Kementriaan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Dalam Menyediakan Informasi Publik Terkait Pariwisata* (Doctoral dissertation, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik).

Musi, S., et al. (2023). Penulisan Kreatif *Public Relations*. Makassar: Repository UIN Alauddin Makassar. Diambil kembali dari <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/id/eprint/22685>

Nasution, S. D., & Ginting, G. L. (2025). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Canva Untuk UMKM di Era Digital 4.0. *ORAHUA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(02), 129-136.

Nurhaliza Putri, N. P. (2025). Optimalisasi Media Sosial Dalam Menjangkau Pasar Travel Haji Dan Umrah Safamarwah.

Pramonoputri, A. H., et al. (2024). Analisis Social Media Marketing melalui Instagram: Studi Kasus pada Salah Satu Brand Fashion Wanita Lokal. *MANABIS (Jurnal Manajemen Dan Bisnis)*, 3(4).

Prananingrum, D. K., & Sinaga, H. D. E. (2024). Strategi Diferensiasi Produk Mie Gacoan dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*.2 (3). 282-290.

- Pratama, A., & Yunina, R. (2021). Model pemasaran digital produk Sana Drinks melalui Instagram Ads dan jasa pengiklanan Kooda dalam meningkatkan volume penjualan. *Sisfo: Jurnal Ilmiah Sistem Informasi*, 5(2).
- Putra, E., et al. (2022). Pengenalan gaya hidup zero waste terhadap siswa sekolah dasar. *Jurnal ADAM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 225-231.
- Ramadani, N. A., & Normawati, R. A. (2024). *Insight* Instagram berdasarkan jenis postingan Instagram pada “@ pateron. blitar”. *JAMI: Jurnal Ahli Muda Indonesia*, 5(2), 148-156.
- Rayhan, A., & Muksin, N. N. (2025). Manajemen *Public Relations* dalam Mengelola Reputasi pada Organisasi PERHUMAS. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 2(2), 86-100.
- Setia, F., & Barkah, C. S. (2022). Usulan strategi optimalisasi akun media sosial dalam upaya meningkatkan reach melalui Instagram advertising (Studi kasus: Humingbad clothing). *Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis*, 6(1), 24-34.
- Sihura, H. K. (2025). Peran media sosial dalam strategi pemasaran UMKM di era digital. *Jurnal Education and development*, 13(1), 703-706.
- Siregar, A. I. (2024). *Digital Marketing dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Era Digital: Kajian Konseptual*. 24 (3), 2921–2930.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh penggunaan media sosial Instagram@ Humasbdg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118-133.
- Swastika, M. T., et al. (2025). Efektivitas Online Advertising Melalui Platform Instagram Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada Toko Harapan Jaya Jember. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 21(2), 373-380.
- Tanasia, V., & Aulia, S. (2023). Strategi *Public Relations* Brand Le Havre. *Prologia*, 7(2), 440-447.
- Universitas Komputer Indonesia (2025). Strategi Digital Marketing Efektif untuk UMKM: Meningkatkan Jangkauan dan Penjualan di Era Digital <https://web.unikom.ac.id/strategi-digital-marketing-efektif-untuk-umkm-meningkatkan-jangkauan-dan-penjualan-di-era-digital/>

www.dealls.com diakses pada tanggal 15 Mei 2026
<https://dealls.com/pengembangan-karir/jam-posting-Instagram>

Yulfita, A., & Fakho, R. N. (2024). *Modul Bisnis Digital: Pemasaran Digital, Branding, & Promosi*. Center for Development, Empowerment, and Policy (CEDEP) President University.

Yulfita, A., et al. (2024). *Modul Bisnis Digital: Pemasaran Digital, Branding, & Promosi*. Center For Development, Empowerment, And Policy (Cedep) President University

Widiatmoko, S. A., et al. (2024). Penerapan konsep zero waste dalam perspektif hukum lingkungan: Tantangan dan prospek masa depan di Indonesia. *Hukum Inovatif: Jurnal Ilmu Hukum Sosial Dan Humaniora*, 1(3), 307-320.

Widyaningsih, B., & Rahma, V. A. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing Batik Sekar Jati Ririn Jombang. *JoEMS (Journal of Education and Management Studies)*, 5(3), 32-35.

Zuhri, R. R. (2024). Strategi Copywriting Melalui Media Sosial Instagram dalam Komunikasi Dakwah@ muslimahorid. Universitas Islam Indonesia.