

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. Y., Damayanti, N., Agung, N., & Ardoyo, W. (2023). Kampanye Media Sosial Tiktok @Pandawaragroup Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Menjaga Kebersihan Lingkungan. In *Jurnal Cyber PR* (Vol. 3, Issue 2).
- Andzani, D., & Irwansyah. (2023). DINAMIKA KOMUNIKASI DIGITAL: TREN, TANTANGAN, DAN PROSPEK MASA DEPAN. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(7), 894–911. <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i7.671>
- Boediman, E. P. (2022). *Media Sosial sebagai Media Baru dalam Perspektif Praktisi Public Relations pada Era Generasi Milenial* (Vol. 10, Issue 02). https://www.academia.edu/99830430/Sosial_Media_Sebagai_Media_Baru_dalam_Perspektif_Praktisi_Public_Relations_Pada_Era_Generasi_Milenial#loswp-work-container
- El-Astal, M., & El-Youssef, H. (2025). What Is Digital Communication? Developing a Conceptual Definition of the Term. *Forum for Linguistic Studies*, 7(1), 471–479. <https://doi.org/10.30564/fls.v7i1.7766>
- Gunawan, R., Malfiany, R., & Pane, H. Y. (2021). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Ukm Rempeyek Nok Uus dengan Video Cinematic Didukung Motion Grafis*. 14(1), 25–36. <http://journal.stekom.ac.id/index.php/pixel/page25>
- Ju, R., & Dong, C. (2023). When controversial businesses meet dialogic communication: Insights from public relations practitioners in the oil and gas industry. *Public Relations Review*, 49(4). <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2023.102347>
- Kemenperin.go.id. (2024, October 30). *Prospek Cerah IKM Kosmetik Lokal, Siap Maksimalkan Pasar Dalam dan Luar Negeri*. <https://ikm.kemenperin.go.id/prospek-cerah-ikm-kosmetik-lokal-siap-maksimalkan-pasar-dalam-dan-luar-negeri>
- Kustiawan, W., Harahap, A. P., Valentiyo, A., Pohan, I. Y., Putri, S. A., & Sanjaya, S. (2024). TEKNIK PENGAMBILAN FOTO DAN VIDEO

- JURNALISTIK MEDIA CETAK, RADIO, TELEVISI DAN MEDIA ONLINE. In *JURNAL ILMU PENGETAHUAN NARATIF* (Vol. 05, Issue 4). <https://ijurnal.com/1/index.php/jipn>
- Nova Adriantini, D., Rensiana Toyo, T., Tunnisa, T., Fitri, N., Kharisma, W., Rahmatul Burhan, M., & Administrasi Pembangunan, P. (2024). Strategi Public Relations Di Era Digital Di Tengah Berkembangan AI. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik*, 02, 295–298. <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jiksp/index>
- Nugroho, T. A., & Citra Azzahra, F. (2022). *PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI SOCIAL COMMERCE USAHA BRO.DO*. 5(1), 136.
- Nurbaiti, D., Nurjanah, S., Bisnis, F., & Teknologi dan Bisnis Kalbis, I. (2018). PENGARUH KONTEN EDUKASI DAN KONTEN REKREASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN BERKUNJUNG. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3. www.kemenpar.go.id
- Raihan Rizky, A., Maulana Akmal, G., Indah Prawati, G., Kurnia Rizki, I., Abdullah Algifari, M., & Mutaqin, Z. (2021). Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Akan Pentingnya Kebersamaan Melalui Program Kemasyarakatan Di Babakan Rongga. *PROCEEDINGS UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG*, 1, 17–24.
- Rejeb, A., Rejeb, K., Abdollahi, A., & Treiblmaier, H. (2022). The big picture on Instagram research: Insights from a bibliometric analysis. In *Telematics and Informatics* (Vol. 73). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2022.101876>
- Saputra, D., & Mubasit. (2025). Konten Edukasi sebagai Media Pemasaran dalam Meningkatkan Literasi Konsumen di Era Digital. *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 4(2), 246–258. <https://doi.org/10.55606/inovasi.v4i2.4036>
- Tiya Candra, D., & Akbar Yuliansyah, F. (n.d.). *Membuat Brand Kosmetik dengan cara Maklon kosmetik*.

Utami, N. F., & Yuliati, N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(2).
<https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i2.3334>

Yefta Christopherus Asia Sanjaya. (2024, October 13). *Penjelasan BPOM soal Penghentian Sementara Pabrik Mafia Skincare, Singgung Keamanan Produk*.
<https://www.kompas.com/tren/read/2024/10/13/074500565/penjelasan-bpom-soal-penghentian- sementara-pabrik-mafia-skincare-singgung?page=all>.