

DAFTAR PUSTAKA

- Adrianto, B. (2025). *Apa Itu Production House? Mengenal Production House dan Fungsinya*. Rubrica. <https://rubrica.id/apa-itu-production-house-mengenal-production-house-dan-fungsinya/>
- Akbar, M. F., Evadianti, Y., & Immawati, A. (2021). Public Relations. Ikatan Guru Indonesia.
- Andriyan, W., Aulya, A., & Septiawan, S. (2020). Perancangan Website Sebagai Media Informasi dan Peningkatan Citra Pada SMK Dewi Sartika Tangerang. *Jurnal Teknologi Terpadu*, 6(2), 79-88.
- Ardianto, E. (2013). Metode Penelitian Untuk Public Relations Kualitatif dan Kuantitatif. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ariata C. (2024). Apa Itu CMS? Pengertian CMS, Fungsi, dan Manfaatnya. Retrieved 2025 June, from <https://www.hostinger.com/id/tutorial/apa-itu-cms>
- Ariata C. (2024). Tutorial wordpress vs blogspot. Retrieved June 2025, from Hostinger.com: <https://www.hostinger.com/id/tutorial/wordpress-vs-blogger>
- Ariska, Y. (2023). Peran dan Fungsi Public Relation dalam Sebuah Organisasi. *Jurnal Public Relation*.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. Retrieved May 2025, from [apjii.or.id: https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang](https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang)
- Ayuni, R. D. (2020). Manajemen Layanan Informasi Publik pada Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Kalimantan Selatan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik : As-Siyasah*.
- Ayunindya, F. (2025). Apa itu website? Memahami pengertian, unsur-unsur, dan jenisnya. Retrieved June 2025, from https://www.hostinger.com/id/tutorial/website-adalah#Jenis-jenis_website

- Chen, Y. H., Lin, I. K., Huang, C. I., & Chen, H. S. (2024). How Key Opinion Leaders' Expertise and Renown Shape Consumer Behavior in Social Commerce: An Analysis Using a Comprehensive Model. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* , 19(4), 3370–3385. <https://doi.org/10.3390/jtaer19040163>
- Dewi, I. A., Fitria, L., Desrianty, A., Afifah, A. U., & Dzaky, M. F. (2020). The Development of Company Profile Website for CV. Rian using Waterfall Model SDLC. *Reka Elkomika: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1((2)), 75-85.
- Dharmawan, M. R., & Yoedtadi, M. G. (2024). Strategi Komunikasi Pemanfaatan Key Opinion Leader dalam Meningkatkan Brand Awareness di Media Sosial. *Prologia*, 8(2), 512–521. <https://doi.org/10.24912/pr.v8i2.27691>
- Dwijaya, A., & Mustopa. (2024). Strategi Promosi Rumah Produksi Dari Hati Films Dalam Memperkenalkan Film Catatan Akhir Kuliah Untuk Menarik Animo Masyarakat Menonton di Bioskop. *Dohara Publisher Open Access Journal*, 2(01), 7–15. <https://mail.dohara.or.id/index.php/isjc/article/view/726/463>
- Fadillah, P., & Gaffar, M. (2023). Perancangan Dan Pembuatan Company Profile Berbasis Website Menggunakan CMS Wordpress Pada Kafe Kajja Korean Street Food di Garut. *Applied Business and Administration Journal*, 2, 91-99.
- Handayani, S., Rasyid, M., & Panjaitan, S. P. (2024). The Legal Importance of Registering Intellectual Property for Creative Economy Stakeholder as Loan Collateral. *Simbur Cahaya*, 31(1), 18–33.
- Indriati, L. (2021). Instagram Visual Strategies: Key to Communicate Brand Value. Studi Kasus Instagram DKV Universitas Ciputra. *Prosiding Konferensi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual (KOMA DKV)*, I(1), 12-17.

- Joy, A., Ying Zhu, Peña, C., & Brouard, M. (2022). Digital future of luxury brands: Metaverse, digital fashion, and non-fungible tokens. *Strategic Change*, XXX1(3), 337-343.
- Khoirunnisa, S. S., & Pinandito, A. (2023). Pengaruh Atribut Key Opinion Leader (KOL) pada Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen pada Bootcamp Online. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 7(4), 1929–1934. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Makarawung, Y. A., Wulandari, Y. F., & Himawan, S. (2024). Analisis Konten TikTok Dalam Komunikasi Politik Capres-Cawapres di Pemilu 2024 untuk Generasi Z: Pendekatan Teori Media Baru dalam Menganalisis Konten Tiktok. *Brand Communication* 3.4, 320-336.
- Muamiri, S. (2025). Pemanfaatan Media Digital Pada Perusahaan APVERSE Dalam Menyampaikan Informasi Melalui Website. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Terpadu*, 357-366.
- Mucharam, A. (2022). Membangun Komunikasi Publik Yang Efektif. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, XXVII No. 1, 71-82.
- Nasution, E. R., & Judijanto, L. (2024). Legal Strategies for Protecting Intellectual Property Rights in Business A Case Study Creative Industry in Indonesia. *The Easta Journal Law and Human Rights*, 2(02), 80–88. <https://doi.org/10.58812/eslhr.v2i02.209>
- Nicholas, B. (2024). Utilization of Website and Interface to Help Raise the Brand Identity of Micro, Small and Medium Enterprises Owners. *Journal of Visual Communication Design*, IX(2), 349-360.
- Nurcholis, M. (2024). *Strategi Public Relations Pawon Sinema Kota Kediri Dalam Membangun Brand Image Production House*. IAIN Kediri.
- Nurlailah, E., & Wardani, K. N. (2023). Perancangan Website Sebagai Media Informasi dan Promosi Oleh-Oleh Khas Kota Pagaralam. *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian dan Pembelajaran Informatika)*, 8, 1175-1185.
- Oktavianingrum, A., Hidayati, D. N., & Nawangsari, E. R. (2023). Strategi Branding Membangun Brand Identity Pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, IV(3), 1829–1836.

- Parr, R. L. (2018). *Intellectual property: valuation, exploitation, and infringement damages*. John Wiley & Sons.
- Pasanea, D. N., & Winduwati, S. (2024). Pemanfaatan TikTok Sebagai Sarana Strategi Komunikasi Branding Universitas Tarumanagara. *Prologia*, 8(2), 502–511. <https://doi.org/10.24912/pr.v8i2.27689>
- Putra, I. W., Udayana, A. B., & Trinawindu, I. K. (2024). Peran Agensi Kreatif Sebagai Marketing dan Branding Perusahaan atau UMKM di Era Digital. ISI Denpasar, 1-7.
- Rahmawati, D. A. (2022). Perancangan dan Pembuatan Digital Promosi Berbasis Web untuk Malvariota. *Applied Business and Administration Journal.*, 43-50.
- Rani, N. L. R. M., Irmawanti, F., Raharjo, R. S., & Pamungkas, A. (2024). Analisis Program Key Opinion Leader Collaborations dalam. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 3(2), 69–86.
- Rizki, M. A., & Pasaribu, A. F. (2021). Rancang Bangun Aplikasi E-Cuti Pegawai Berbasis Website (Studi Kasus: Pengadilan Tata Usaha Negara). *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, II(3), 1-13.
- Rusdin, F. R., Ramonita, L., Ayu, I. S., Putri, G. A. A. A., Yulianto, A., Rahmat, F. N., Gunawan, D. K., Andreani, N. P. E., Sudirman, A., Dewi, N. P. S., & Violin, V. (2025). *Digital Branding (Strategi Merek Di Dunia Digital)* (F. R. Rusdin (ed.)). Widina Media Utama.
- Septiyani, N. M., Kom, S. I., Prismadani, N. G., Prasetyo, N. C. A., Salsabila, O. L., Listiyoningsih, R., ... & Kom, S. I. (2024). *Manifestasi Public Relations Di Era Digital 4.0*. Nas Media Pustaka.
- Setiawan, R., Nilamsari, N., Hamzah, R. E., & Arifin, K. (2022). Implementasi Cyber Public Relations Dalam Pengelolaan Website Kementerian Sosial RI. *Jurnal Cyber PR*, 84-93.
- Shams, R., Chatterjee, S., & Chaudhuri, R. (2024). Developing brand identity and sales strategy in the digital era: Moderating role of consumer belief in brand. *Journal of Business Research*.

- Soffer, O. (2021). Algorithmic Personalization and the Two-Step Flow of Communication. *Communication Theory*, 31(3), 297–315.
<https://doi.org/10.1093/ct/qtz008>
- Susanto, & Halim, I. (2020). Pengaruh Human Relation Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Kompas Gramedia Cabang Karawaci. *Proceedings Universitas Pamulang* 1.1 , 158-170.
- Ushud, A. A., Novita, I., & Juliasari, N. (2021). Pelatihan Pemanfaatan CMS Untuk Pembuatan Website Bagi Orang Tua Siswa Sekolah Alam Tangerang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Tekno*, II(1), 20-25.