

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Rayhan, & Nani Nurani Muksin. (2025). Manajemen Public Relations dalam Mengelola Reputasi pada Organisasi PERHUMAS. *Filosofi : Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 2(2), 86–100. <https://doi.org/10.62383/filosofi.v2i2.608>
- Agustin, K. Y., Kurnia, D., Putra, S., Studi, P., Masyarakat, H., Komunikasi, F., & Telkom, U. (2024). *Relevansi Teori Agenda Setting Pada Film Dokumenter Dirty Vote Terhadap Warga Bandung Menjelang Pilpres 2024*. 1.
- Amelia, C. R., Andyni, S., & Abdurrahman, A. (2026). *View of Peran Instagram Palembang Terkini dalam Mempengaruhi Opini Publik terhadap Isu Sosial Lingkungan di Kota Palembang.pdf*.
- Anissa Yuni Muktiarsih, Rahmat Wisudawanto, & Esfandani Peni Indreswari. (2025). Kajian Model Komunikasi Humas Pemerintah Daerah. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 3(1), 295–308. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v3i1.1624>
- Anra Saputra, N., & Ananta, A. (2025). Kampanye Sosial Melawan Stigma Negatif Terhadap Gaya Hidup Metroseksual. *Jurnal Penelitian Nusantara*, 1, 300–309.
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu. *Kinesik*, 9(2), 176–182. <https://doi.org/10.22487/ejk.v9i2.327>
- Aprilliyani, E., Hafiar, H., & Budiana, H. (2023). Pengelolaan Media Sosial Instagram @Chocodot_Catalogue Oleh Pt Tama Cokelat Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8(1), 66–79. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i1.2>
- Apriyana, N., & Yuliana, L. (2023). The Importance Of Activity Publication In The

- Age Of Social Media. *Jurnal Pelayanan Hubungan Masyarakat*, 1(3), 138–145.
<https://doi.org/10.59581/jphm-widyakarya.v1i3.1150>
- Astari, N. (2021). Sosial Media Sebagai Media Baru Pendukung Media Massa untuk Komunikasi Politik dalam Pengaplikasian Teori Agenda Setting: Tinjauan Ilmiah pada Lima Studi Kasus dari Berbagai Negara. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 131–142. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.190>
- Atalah, Z. (2025). *PEMBUATAN KONTEN VIDEO REELS PADA AKUN INSTAGRAM @KEMENLH_BPLH UNTUK MENINGKATKAN AWARENESS AUDIENCE* *Diajukan*. 13(1), 1–16. <https://doi.org/10.1038/s41598-022-26846-z%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41467-021-22308-8%0Ahttps://doi.org/10.1007/s00253-025-13460-y%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e14088%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.sjbs.2017.10.019%0Ahttps://doi.org/10.1016/j>
- Aurelia, V., Afi Qoiyim, H., & Atasa, D. (2025). Analisis Pengaruh Jenis Konten, Durasi, Waktu Unggah, dan Keterlibatan *Influencer* terhadap *Engagement* Konten Digital Infarm. *Journal of Agribusiness and Community Empowerment (JACE)*, 8(2), 84–93. <https://doi.org/10.32530/jace.v8i2.2>
- Damayanti, A., Delima, I. D., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang). *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 6(1), 173–190. <https://doi.org/10.24076/pikma.v6i1.1308>
- Dwi, A., Syaban Zulfiqar, A., & Zubaidah, S. (2024). Pemanfaatan Media Sosial untuk Kampanye Sosial dan Keterlibatan Masyarakat: Studi Kasus Mahasiswa Di Kota Palembang. *Iapa Proceedings Conference*, April, 278. <https://doi.org/10.30589/proceedings.2024.1058>

- Erfina, E., Sari, S., & Octaviani, V. (2023). Implementasi Peran Public Relation Dalam Membangun Reputasi PT Cakrawala Dinamika Energi. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 2(3), 457–466. <https://doi.org/10.37676/mude.v2i3.4365>
- Febriani, R., & Mustofa, A. A. (2024). *Tampilan Penggunaan Videografi Sebagai Alat Komunikasi Alternatif Dalam Penyampaian Informasi Publik.pdf*.
- Fitri, A. N. (2023). *Kampanye Public Relations sebagai Upaya Meningkatkan Awereness Moderasi Beragama*.
- Hadini, B. C., & Indrojarwo, B. T. (2021). Perancangan Kampanye Media Sosial Instagram ‘Youthoffers’ sebagai Channel Informasi Beasiswa Pendidikan Mahasiswa Indonesia. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 9(2), 191–196. <https://doi.org/10.12962/j23373520.v9i2.58955>
- Hidayati, N., Widiawati, R., Qothrunnada, Z., Salam, A., Nabilah, F., Mardikaningsih, R., Issalillah, F., Masnawati, E., & Mala, A. (2024). Building Social Awareness Through Teaching Activities on the Basics of Social Life for Students of Sunan Giri University Surabaya. *Aspirasi: Publikasi Hasil Pengabdian Dan Kegiatan Masyarakat*, 2(6), 30–34.
- kemenpppa.go.id. (2025). *SIMFONI-PPA*. <https://kekerasan.kemenpppa.go.id/ringkasan>
- Larasati, B. D., & Dharmawan, L. (2025). Strategi Produksi Konten Reels Instagram Dalam Meningkatkan Engagement Rate Akun @Boogieapparel.Co.Id. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*.
- Mussa, R. A., & Situmorang, L. (2024). WhatsApp dan pergeseran pola interaksi sosial mahasiswa/i Program Studi Pembangunan Sosial angkatan 2017 Universitas Mulawarman. *Jurnal Sosial Humaniora*, 12(2), 271–284.

- Musyirah, Ifah, Peni, Irfan, Sam'um, & Wa ode. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran. *Journal on Education*, 05(03), 1006–1013. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i4.609>
- Nugroho, A. Y. (2025). *Pengantar Videografi Untuk Pemula*. 32(3), 167–186.
- Nugroho¹, T. A., & Citra Azzahra², F. (2022). Thallita Affifah Nugroho, Farah Citra Azzahra (2022) Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Social Commerce Usaha Bro.Do, *Jurnal Pustaka Komunikasi*, Vol 5, No. 1 (Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR, Jakarta, In. *Jurnal Bangun Manajemen Vol 1, No 2, November 2022, Hal. 72-77 ISSN 2830-1862 (Media Online) DOI 10.56854/Jbm.V1i2.94*, 5(1), 136.
- Nurlaila, S., Susilawati, E., Fajarwati, N. K., Laksana, A., & Fitrianti, R. (2025). Public Relations Sebagai Pilar Reputasi dan Kepercayaan Publik. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Sosialisasi*, 1(3), 167–177.
- Octatya, A., & Ayuningrum, N. G. (2023). Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 01(11), 40–50.
- Padila, C. (2025). Dinamika Media Sosial dalam Mempengaruhi Opini Publik pada Era Disrupsi Digital. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 01(1), 1–8. <https://jurnal.samudrailmu.com/index.php/jkomed>
- Qadir, A., & Ramli, M. (2024). Media Sosial (Definisi, Sejarah dan Jenis-Jenisnya). *Al-Furqan : Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 4(1), 1–23.
- Rahmawati, N. D., Nurazizah, S., Yuliarida, N. D., Amidia, N. A., & Maulana, A. (2025). Pengaruh Segmentasi Psikografis Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Kenangan Kota Karawang Nurmala. 32(3), 167–186.
- Salsabillah, I., & Yuniarti, T. (2023). Pengelolaan Media Sosial Instagram @Infobekasi Sebagai Media Informasi Tentang Bekasi. *Jurnal Edukasi Dan*

- Multimedia*, 1(2), 90–99.
<https://doi.org/10.37817/jurnaledukasidanmultimedia.v1i2.2900>
- Sari, R. P., & Abdullah, A. (2024). *ANALISIS ISI PENERAPAN TEKNIK SINEMATOGRAFI VIDEO KLIP MONOKROM*. 2(6), 306–312.
- Semarang Baby Home. (2024). *Semarang Baby Home*.
<https://semarangbabyhome.com/#>
- Setiawan, R., & Tirtadidjaja, A. (2024). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Minat Berkunjung Ke Sea World Ancol. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 18(3), 250.
<https://doi.org/10.47256/kji.v18i3.535>
- Shabira, F. (2021). Agenda Setting : Eksplorasi Pada Komunikasi Massa. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 1(1), 26–37.
<https://doi.org/10.47233/jkomdis.v1i1.5>
- Shobah, A. N., & Maksum, M. (2025). Pengaruh Kesadaran Masyarakat, Pengetahuan Lingkungan dan Inovasi Berkelanjutan terhadap Partisipasi Masyarakat dalam Mendorong Pertumbuhan Green Economy di Kabupaten Sumenep. *ECo-Fin*, 7(2), 692–706. <https://doi.org/10.32877/ef.v7i2.2331>
- Simanjuntak, E. B., Maulidia, E., Selvia, F., & Bertho, E. M. (2025). *Peran Media Sosial Dalam Membangun Kesadaran Publik Pada Isu Demonstrasi 2025*. 5(3), 33379–33388.
- Susanto, T., Dharmawan, L., Dono, L., & Roberto, I. (2019). Kampanye Sosial Istana Belajar Anak Banten dalam Pembangunan Pendidikan di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(2), 205–215.
<https://doi.org/10.46937/17201926851>
- Uddin, B., Maharani, A. Z., & Baren, K. W. A. (2024). *Pemanfaatan Fitur Instagram untuk Efektivitas Komunikasi*.

- wearesocial.com. (2025). *Digital 2026: Top digital and social media trends in Indonesia*. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/11/digital-2026-top-digital-and-social-media-trends-in-indonesia/>
- Wicaksana, RInaldi Raka, & Kristiana, N. (2021). Kampanye Sosial Stop Toxic Sebagai Upaya Membangun Sikap. *Jurnal Barik*, 2(2), 202–214.
- Yustia, V., Utomo, I. W., & Emelia, R. I. (2023). Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Informasi Publik Humas Badan Kebijakan Transportasi Kementerian Perhubungan. *Jurnal Pariwisata*, 3(1), 45–51. <http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/pariwara/article/view/2793>
- Zahra, L. D., & Donoriyanto, D. S. (2023). *Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Pendekatan Lean Service dan Service Performance (Studi Kasus : Bank X)*. 7(2), 1040–1048. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i2.1290>