

DAFTAR PUSTAKA

- Alivia, T., Sulistiya, A., Kustina, L., Apnil, R. N., Salsabilah, V. A. Q., & Sudadi, S. (2024). *Strategi komunikasi humas di era digital. Tolis Ilmiah: Jurnal Penelitian*, 6 (1), 29–33.
- Arifah, N. L., & Anggapuspa, M. L. (2023). Pengaruh elemen visual pada konten instagram rintik sedu dalam meraih engagement audiens. *BARIK*, 4(3), 141-151. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/51054>
- Dipa, A. K., Hafiar, H., & Rahmat, A. (2022). Pemahaman humas lembaga perguruan tinggi tentang reputasi di era digital public relations. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 209-225. <https://doi.org/10.33633/ja.v5i2.6190>
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (n.d.). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring*. <https://kbbi.kemdikbud.go.id>
- Dratistiana, L. Y., & Kusuma, R. M. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Promosi Pada Jasa Layanan PPSDM Migas. *Swara Patra: Majalah Ilmiah PPSDM Migas*, 13(2), 65-72.
- Fauziah, K., & Aulia, P. B. (2024). VISUAL BRANDING DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA MELALUI KONTEN INSTAGRAM: SEBUAH TINJAUAN SEMIOTIK. *Nusantara Hasana Journal*, 3(12),102-110. <https://nusantarahasanajournal.com/index.php/nhj/article/view/1137>
- Harsari, R. N., Wahidiyat, M. P., Permanasari, D. E., Negoro, A. T., Sutarwiyasa, I. K., Mustikadara, I. S., & Judijanto, L. (2024). *Dasar-dasar Desain Grafis: Teori dan Panduan Dasar bagi Pemula*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hermanto, R., & Purwatiningsih, S. D. (2025). IMPLEMENTASI KOMUNIKASI KORPORAT DIGITAL BANK BCA MELALUI AKUN INSTAGRAM@GOODLIFEBCA. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(12). <https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view/3715/2887>

- I . D. G. Aristana, I K. W. D. Prayana, N. M. Sudianti, L. P. R. A. Ratnaningrum, & N. W. A. D. Pratiwi. (2024). The Influence of Consistent Social Media Communication on Brand Awareness of Ignos Studio's MSMEs. *Brilliant International Journal Of Management And Tourism* , 5(2), 298–316. <https://doi.org/10.55606/bijmt.v5i2.4922>
- Juliana, R., Asmara, S., & Kurniawati, D. (2022). Manajemen komunikasi krisis Direktorat Jenderal Pajak dalam mengatasi dampak negatif dari pemberitaan Pajak Pertambahan Nilai barang kebutuhan pokok. *Komunika*, 18(2), 17-35. <https://talenta.usu.ac.id/komunika/article/view/9545>
- Kahardja, I. W. (2022). Strategi komunikasi mempertahankan reputasi organisasi dalam manajemen krisis dengan menggunakan teori komunikasi krisis situasional. *Syntax Literate Jurnal Ilmiah Indonesia*. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i1.5738>
- [https://www.researchgate.net/publication/357830457 Strategi Komunikasi Mempertahankan Reputasi Organisasi dalam Manajemen Krisis dengan Menggunakan Teori Komunikasi Krisis Situasional](https://www.researchgate.net/publication/357830457)
- Kusuma, G. R., Wulandari, A., Ulfah, M., Muharni, Y., Herlina, L., & Febianti, E. (2025). Implementasi Visual identity standard dalam Penguatan Citra Perusahaan pada PT Krakatau Chandra Energi. *Journal of Systems Engineering and Management*, 4(1), 77-82. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JOSEAM/article/view/33499/15146>
- Mangara, J. N., & Cindoswari, A. R. (2023). Analisis komunikasi digital pada aksi kekerasan verbal komunitas Mobile Legends Squads Project TRV di Kota Batam. *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(3). <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v5i3.7827>
- Nirwana, A. (2023). Perancangan buku panduan optimalisasi social media Instagram design berbasis mockup untuk meningkatkan online engagement. *Jurnal SASAK: Desain Visual dan Komunikasi*, 5(1), 1-14. <https://doi.org/10.30812/sasak.v5i1.2592>

- Nurfitriani, D., & Bachtiar, W. (2025). Peran Humas dalam Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram@ RRI_Bogor. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 5(2), 155-165. <https://j-las.lemkomindo.org/index.php/AFoSJ-LAS/article/view/898>
- Putri, I. K., & Ardiansah, I. (2024). Visual guideline media sosial Instagram untuk penerapan elemen identitas yang konsisten. *Jurnal Desain*, 11(3), 630-646. https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Jurnal_Desain/article/view/20244
- Rahmau'dina, R. W., Fredico, M., & Pradana, B. C. S. A. (2024). Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Interaktif Di Grande Garden Cafe. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi (e-ISSN: 2807-6818)*, 4(03), 11-18. <https://www.aksiologi.org/index.php/relasi/article/view/1613/1091>
- Riyanti, D. S. (2026). Pengaruh Desain Visual pada Media Sosial Instagram terhadap Ketertarikan Audiens: Studi Kasus Pada Akun@ NarasiNewsroom. In *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi* (Vol. 6, No. 1, pp. 59-66). <https://ojs.uadb.ac.id/HUBISINTEK/article/view/5847/3924>
- Rohmad, M., & Suranto, S. (2024). Manajemen Media Sosial (Studi Kasus pada akun Instagram@ kemendag). *Lektor: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6. <https://journal.student.uny.ac.id/ilkom/article/view/20979>
- Romadhona, A., & Rifqi, A. (2022). Peran media sosial dalam mendukung implementasi manajemen humas sekolah. *Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 613-624. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/inspirasi-manajemen-pendidikan/article/view/48702>
- Roosandriantini, J. (2025). Penerapan Elemen dan prinsip Desain Richard Poulin Studi Kasus: Mountain Dwellings. *Anggapa Journal-Building design and architecture management studies*, 4(1), 35-46. <https://doi.org/10.61293/anggapa.v4i1.815>
- Sabrina, Z. N., & Fitriyah, Z. (2026). Peningkatan Konsistensi Publikasi Konten Media Sosial Melalui Sistem Penjadwalan Digital Sebagai Strategi Efisiensi

- Pengelolaan Konten. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat (Pamas)*, 10(1), 49-64. <https://doi.org/10.52643/pamas.v10i1.7607>
- Sabyla, F. A., & Hadiyanto, H. (2025). Strategi Perencanaan Konten dalam Manajemen Media Sosial Instagram Klien@ bikinwebsite. co di PT Lopokopi Digital Shankara. *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi dan Studi Media*, 14(2), 72-77. <https://ejournal.unisbablitar.ac.id/index.php/translitera/article/view/4499/2346>
- Safitri, F. N. A., & Sriyanto, A. (2025). The role of visual brand identity consistency in enhancing brand recall and consumer preference. *Jurnal Ar Ro'is Mandalika (Armada)*, 5(2), 491-501. [View of The Role of Visual Brand Identity Consistency in Enhancing Brand Recall and Consumer Preference](#)
- Sakinah, P. M., Murtiadi, M., & Arista, R. (2025). Strategi Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Alat Komunikasi dalam Penguatan Branding One Media Digital tvOne. *SABER: Jurnal Teknik Informatika, Sains Dan Ilmu Komunikasi*, 3(4), 180-186. <https://doi.org/10.59841/saber.v3i4.3321>
- Sari, M., & Chandra, J. (2025). Pengaruh media sosial terhadap komunikasi organisasi: Studi kasus pada manajemen krisis. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 8(1), 660-669. <https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JKS/article/view/6972>
- Satira, A. U., & Hidriani, R. (2021). Peran Penting Public Relations Di Era Digital. *SADIDA*, 1 (2), 179–202. <https://doi.org/10.22373/sadida.v1i2.1612>
- Sayatman, S., Soewito, B. M., & Noordyanto, N. (2021). Pengembangan konsep brand identity dan visual system ITS yang lebih terintegrasi. *Jurnal Desain Idea: Jurnal Desain Produk Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya*, 20(1), 10-15.
- Siregar, I. N., Adelia, C., Nainggolan, E., Anggraini, F., & Nainggolan, H. (2025). PENDEKATAN KOMUNIKASI HUMAS PT PERTAMINA (PERSERO) DALAM MEREDAM DAMPAK VIRAL ISU PERTAMAX OPLOSAN. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 8(3), 1373-1386.

<https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/5940>

- Sudinta, H., & Irwansyah, I. (2022). Analisis Efektivitas Komunikasi Digital Sebagai Media Komunikasi Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada PT Ellisa Kreatif Indokarya di Jakarta Pusat). *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(3), 228-237. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i3.1060>
- Suhendra, S., & Pratiwi, F. S. (2024, October). Peran komunikasi digital dalam pembentukan opini publik: Studi kasus media sosial. In *Iapa Proceedings Conference* (pp. 293-315). <https://www.jurnal.iapa.or.id/proceedings/article/view/1059/465>
- Tahalele, O. (2022). Effectiveness of Organizational Communication in the Organization of the Faculty of Social and Political Sciences, Pattimura University. *Multidisiplin Madani (MUDIMA)*, 2(5), 2357-2374. <https://doi.org/10.55927/mudima.v2i5.379>
- Usman, I. (2025). Komunikasi visual dalam branding: Peran desain grafis dalam membangun identitas merek. *Jurnal Pendidikan, Hukum, Komunikasi*, 1(1), 14-25. <https://doi.org/10.69623/j-dikumsi.v1i1.44>
- We Are Social. (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/>
- Wahyudi, E. (2023). Model-Model Hubungan Masyarakat di Lembaga Pendidikan Islam. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Ilmu*, 1(5), 903-910. <https://doi.org/10.59004/metta.v1i5.287>
- Wahyudi, F., & Abidin, M. R. I. (2023). Perancangan Social Media Guidelines Melalui Konten Instagram Business Learning Center Incubator. *BARIK*, 5(2), 145-156. <https://doi.org/10.26740/jdkv.v5i2.58554>
- Zuniananta, L. E. (2023). Penggunaan media sosial sebagai media komunikasi informasi di perpustakaan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 10(4), 37-42. <https://doi.org/10.14710/jip.v10i4.37-42>