

DAFTARPUSTAKA

- Agustin, D. A. C., Kusumawardhani, V., Indrawati, I., Herawati, D. M., Wahjudi, S., & Trijayanto, D. (2023). Penyuluhan Strategi Membangun Brand Awareness Produk pada Anggota PKK di Warakas. *PANDAWA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1).
- Agustin, F., & Diniati, A. (2025). Content Pillar sebagai Strategi Pengelolaan Konten Instagram@ finpaypromo. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 24(1), 62-75.
- Amanah, S., Cahyono, A. E., & Wijaya, S. A. (2025). Strategi Pemasaran UMKM pada Produk Buket Bunga (Studi Kasus Pada Toko Kristian *Florist*). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(1), 36-48.
- Anwer, K. J. (2024). Perspective Chapter: Understanding Brand Awareness Dynamics. In *Brand awareness-recent advances and perspectives*. IntechOpen.
- Apriananta, Y. J., & Wijaya, L. S. (2018). Penggunaan website dan media sosial dalam membangun citra positif perguruan tinggi. *KOMUNIKATIF: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 7(2), 187-209.
- Atmoko. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Broom, G. M., Casey, S., & Ritchey, J. (1997). Toward a concept and theory of organization-public relationships. *Journal of Public relations research*, 9(2), 83-98.
- Budiarti, R., & Yanuar, F. (2022, April). Strategi komunikasi pemasaran pada UMKM membangun brand awareness melalui media sosial Instagram. In *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)* (Vol. 1, pp. 183-197).
- COMSERVA Indonesian Jurnal of Community Services and Development, 1(11), 970-982.
- Dewi, I. R., & Saleh, A. (2025). Produksi materi promosi Instagram *Reels* dalam meningkatkan brand awareness Vasaka Solterra. *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain, dan Media*
- EUFRASIA, A. P. (2023). STRATEGI PRODUKSI KONTEN *REELS*

- INSTAGRAM@ _temanmanis (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana).
- Fauzzi, M. R., & Budiman, A. (2019). TEKNIK PENYUNTINGAN GAMBAR DENGAN MENCIPTAKAN KESINAMBUNGAN GAMBAR DALAM FILM PENDEK “SRIHUNNING KANTHIL”. *Jurnal Ilmu Komunikasi AKRAB*, 4(1).
- Firman, M. K. (2024). Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Upnormal Coffee Roasters Rawamangun Jakarta. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 5(2), 1-6.
- Hanapi, & Ridanasti. (2024). *Optimalization strategy of Instagram content to increase engagement in building brand awareness*. *International Journal of Economics, Management, and Social Science*.
- Haris, A. (2019). Media komunikasi public relations. Universitas Medan Area
- Hawa, N. A., Harto, B., & Pramuditha, P. (2023). Efektifitas komunikasi pemasaran bisnis umkm melalui fitur *Reels* instagram. *KOMVERSAL*, 5(1), 40-51.
- Hidayati, F. I., & Febriana, P. (2024). Membangun Citra Merek Dapur Keinda Melalui Instagram. *Interaction Communication Studies Journal*, 1(1), 117-127.
- Instagram. (2026). Instagram. Retrieved from Instagram: www.Instagram.com
- Iqbal, M., & Sembiring, E. B. (2024). Analisis Video *Reels* Terhadap Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Engagement Media Sosial Instagram@ruasjaricoffee. *Journal of Applied Multimedia and Networking*, 8(1), 94-101.
- Irfanudin, A. M., Andalusi, R., & Jamil, I. (2022). Pengaruh brand awareness dan promosi terhadap keputusan pembelian produk (Studi kasus PT Kreasi Mas Indah)
- Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & Pal, D. K. (2015). Likert scale: Explored and explained. *British journal of applied science & technology*, 7(4), 396-403.
- Kamar Dagang dan Industri Indonesia. (2024). UMKM. Diakses dari <https://kadin-pohuwato.org/umkm/>
- Kurniati, N. Y. (2023). Pengaruh influencer marketing terhadap brand awareness suatu produk. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi dan kewirausahaan*,

14(5),537-548.

- Lestari, A. W., Setiadarma, A., & Prihatiningsih, W. (2022). Pengaruh Social Media Content Instagram@ BYU. ID Terhadap Brand Image Provider Digital BY.
- Lestari, T., Afridah, N., Mulyani, I. D., & Wahid, F. S. (2023). Buket Balon: Pelatihan Kewirausahaan Handycraft untuk Menggali Kreativitas Remaja Desa Tiwulandu. *Era Abdimas: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Multidisiplin*, 1(4), 39-46.
- Liedfray, Waani, & Lasut. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*.
- Malikhah, I., Nasution, A. P., & Sari, Y. (2024). SDM Dalam UMKM. *Serasi Media Teknologi*.
- Maulida, R., & Widodo, S. (2025). Analisis strategi konten Instagram dalam meningkatkan brand awareness UMKM seafood. *Decode: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 5(3), 1337-1351.
- Melyanto. (2025). *Analisis metrik keterlibatan terhadap pertumbuhan pengikut akun Instagram ITBSS: Pendekatan analisis statistik*
- Nindya, A. F. (2023). Pengaruh Penggunaan Fitur *Reels* pada Instagram terhadap Minat Beli Konsumen Kedai Kopi Tmlst (Survei pada Pengikut Akun Instagram @tmlstcollectivespace). *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Pulizzi, J. (2022). Content Inc. *Ciudad de México: McGraw-Hill Interamericana Editores, SA de CV*.
- Putra, I. (2025). Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Brand Awareness Indibiz (Studi Kasus: PT. Telkom Indonesia Tbk, Witel Bali) (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Bali).
- Putri, N. A., Khairani, N. F., Naura, N., Kadri, H. A., & Setiawati, M. (2023). Dampak Hubungan Masyarakat Terhadap Konten Media. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 5(6), 2498-2508.
- Ratnasari, D., & Fachrian, Z. (2025). Pemanfaatan media sosial sebagai alat komunikasi bisnis untuk meningkatkan brand awareness. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 3(1), 30-41.
- Routledge.

- Setyanto, Y., Dida, S., & Novianti, E. (2025). Public Relations as Managerial Function in University Management. *Jurnal Komunikasi*, 17(1), 221-231.
- Siahaan, A. T. P., Komariah, K., & Gumilar, G. (2023). Strategi media relations konsultan public relations dalam mewujudkan komunikasi terkelola. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 192-215.
- Silverman, D. A., & Smith, R. D. (2017). Strategic planning for public relations.
- Simamora, L. A. L., & Pradana, B. I. (2023). Analisis Inovasi Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing Berbasis Innovation Canvas. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*, 2(3), 629-640.
- Simanungkalit, C. E. D. S., & Nawawi, Z. M. (2025). Peran strategis pengembangan marketing skill dalam membangun brand awareness dan daya saing umkm di era persaingan digital yang semakin kompetitif. *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi*, 2(3), 455-465.
- Sinaga, V. L., Violin, V., Ibrahim, M. M., Shabrina, F., Wahyuningratna, R. N., & Arief, I. (2025). ANALISIS PENGARUH E-WOM, PEMASARAN DIGITAL DAN KUALITAS KONTEN MEDIA SOSIAL TERHADAP BRAND AWARENESS. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 14(2), 1240-1249.
- Sucipto, K. R. R., & Yahya, A. F. (2022). Strategi komunikasi pemasaran digital subway indonesia melalui *Reels* instagram@ subway. indonesia. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(1), 068-078.
- Suryanto Gono, J. N., Rakhmad, W. N., Sutino, & Firdaus, M. (2024). Branding Wisata Budaya Sumberwungu. Semarang: Fastindo.
- Susanty, R., Restaty, S. M. N., & Pujiastuti, Y. L. (2025) *Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Brand Awareness UMKM Bandeng Presto Prisha*
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 118-133.
- Suwandi, S., Amelia, A., Situmorang, M. S., & Parlindungan, S. (2024). Peran Kewirausahaan dalam Membangun dan Memajukan Perekonomian Bangsa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 2(1), 223-233.
- Tawaqal, R. S., Ramdan, A. T. M., & Silviany, A. E. (2024). Analisis Strategi

- Komunikasi Humas Jabar Dalam Penyampaian Informasi Di Era Digital. J-IKA: Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas BSI Bandung, 11(2), 67-77.
- TheGlobal Statistics. (2026). Instagram usage statistics in Indonesia.
- Tyagi, H., & Rahman, Z. (2022). Gift experience in marketing: A systematic review and framework. Dalam Proceedings of the Twenty Second AIMS International Conference on Management (hlm. 429–430). AIMS International. ISBN 978-1-943295-24-1.
- U. Ikon--Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 27(3), 223-234.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. (2008).
<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>
- Wibowo, D. W., Zahro, A., Rahayu, P. Y., & Huda, M. (2025). *Brand dan public relation: Sebuah kajian konseptual dalam konteks Indonesia*. Journal of Administrative and Social Science, 6(2), 32-44.
- Wibowo, W., & Ayuningtyas, F. (2024). Generasi z sebagai konsumen masa depan: karakteristik, preferensi, dan tantangan baru. *Buana Komunikasi (Jurnal an dan Studi Ilmu Komunikasi)*, 5(2), 90-99.
- Widarini, D. A., Kusuma, E. S., & Antiey, M. N. (2024). Strategi Komunikasi Digital dalam Penyebaran Informasi GEDSI. Jurnal Pustaka Dianmas, 4(2), 95-104.
- Wulandari, N. F., Ikhlakh, T. K., Sabrina, R., & Aji, G. (2023). Strategi Bisnis dalam Meningkatkan Citra Produk Buket Balon di Sosial Media. Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2(2), 164-175.
- Wulandari. (2022). Pengembangan Instagram *Reels* Pembelajaran Pokok Bahasan Persamaan Garis Lurus Untuk SMP.
- Zipdo. (2023). *Gifting industry statistics: Market size, trends and growth*.
<https://zipdo.co/gifting-industry-statistics/>