

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Media Kita.
- Broom, G. M. (2013). *Cutlip and Center's Effective Public relations: International Edition* (11th ed.). Pearson Education.
- Didik, H. (2021). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*.
- Didik, H. (2023). *Komunikasi Pemasaran*. UMSIDA PRESS.
- Sugiyono. (2017). *Medote Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALPABETA, CV.
- MOLEONG, L. J. (2017). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF : EDISI REVISI* (CET 36). REMAJA ROSDAKARYA.
- Marjes, T. (2024). *Metodologi Penelitian*. PT MEDIA PUSTAKA INDO.
- Yin, R. K. (2014). *Studi Kasus Desain & Metode*. Rajawali Pers.
- Iba, Z. (2023). *METODE PENELITIAN*. EUREKA MEDIA AKSARA.
- Kriyantono Rachmat. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif* (2nd ed.). Prenada Media.
- Tita, M. M., Aden, S., Juanrico, T. S. A., Yani, H., Ni, D. S. P., Hanika, I. M., Agustina, Rudy, Eka, Diana, Syamsuriansyah, Andika, Eka, Diana, Syamsuriansyah, A., & Viana, V. (2021). *PUBLIC RELATIONS Komunikasi Strategis, Digital, dan Bertanggung Jawab Sosial* (A. Masruroh (ed.); Desember.). Widina Bhakti Persada Bandung.

Jurnal :

- Ahmad, Kahfi, A. (2024). *Digital Public relations Dalam Pemanfaatan Program Keluarga Harapan (PKH) Kementerian Sosial RI* Ahmad Haikal Kahfi Winda Dwi Astuti Zebua *digital public relations dalam program PKH , dilansir dari website kemensos , program keluarga kepada masyarakat . . 2(2)*.
- Ani, Y. (2005). *Implementasi Teori Konstruksi Sosial dalam Penelitian Public relations*. 56, 59–70.
- Ansyari, N. A., Komunikasi, M. I., Al, U., & Indonesia, A. (2025). *Implementasi Storytelling Marketing Sutasoma Hotel By The Tribrata dalam Membangun Brand awareness*. 4(3), 1098–1107. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i3.5380>
- Apriyani Elma, A., & Nur Mudzirah, H. H. (2020). *KOMUNIKASI TWO-WAY SYMMETRIC DALAM MENJALIN HUBUNGAN PUBLIC RELATIONS*

- DENGAN MEDIA (STUDI PADA HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN GOWA). 1(3), 501–516.*
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Media Kita.
- Bramanta, J. R., & Burhani, A. A. I. (2025). *PENGELOLAAN DIGITAL PUBLIC RELATIONS PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @ PUSDIKLATANRI*. 5(1), 194–204.
- Broom, G. M. (2013). *Cutlip and Center's Effective Public relations: International Edition* (11th ed.). Pearson Education.
- Butsi, F. I. (2019). *MENGENAL ANALISIS FRAMING : TINJUAN SEJARAH*. 1(2).
- Damayanti, D., & Padjadjaran, U. (2017). *CORPORATE BRANDING COWORKING PLACE IN BANDUNG 122*
- Didik, H. (2021). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*.
- Didik, H. (2023). *Komunikasi Pemasaran*. UMSIDA PRESS.
- Efendi, M. S., Fatgehipon, A. H., & H, N. S. (2024). *Media Sosial Instagram dalam Membangun Eksistensi Diri Remaja Social Media Instagram in Building Adolescents ' Self-Existence*. 3061–3068.
- Febriero, R., Wahyudiputra, P., & Setiawati, S. D. (2023). *STRATEGI KOMUNIKASI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM INDOMARET DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS INDOMARET INSTAGRAM SOCIAL MEDIA COMMUNICATION STRATEGY IN BUILDING*. 1(2), 125–134.
- Gheya, Awaludin, Ute, E. (2019). *STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA PEMERINTAH KOTA BANDUNG MELALUI PROGRAM CO-WORKING SPACE*. 1(1), 31–41.
- Hafiz Maulana Sadiq, Agus Naryoso, M. Y. (n.d.). *Strategi Digital PR Diskominfo Kota Semarang Dalam Mendukung Komunikasi Publik Pada Penanganan Pandemi Covid-19*.
- Heryana, A. (n.d.). *Gambar 1. Perbedaan Tujuan Penelitian Kuantitatif dengan Penelitian Kualitatif 1*.
- Jatmiko. (2012). *Komunikasi pemasaran sebagai strategi memperluas pasar*. 9(9), 89–98.
- Kriyanton Rachmat. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif* (2nd ed.). Prenada Media.
- Kurniawan, K. J., Wahyudi, R., & Hellyani, C. A. (2023). *PENGARUH BRAND*

*AWARENESS DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MIXUE DI KOTA MALANG. 1(3), 231–242.*

- Laksamana, A., Lubis, P., & Rukmi, H. S. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Ulang Penyewaan Coworking Space*. 1–9.
- Marjes, T. (2024). *Metodologi Penelitian* (Cetakan Pe). PT MEDIA PUSTAKA INDO.
- MOLEONG, L. J. (2017). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF : EDISI REVISI* (CET 36). REMAJA ROSDAKARYA.
- Oktaviani, R. (2018). *Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand awareness*. 3(1), 1–20.
- Rahma, D., Dwi, W., Zebua, A., Jakarta, U. M., & Jakarta, U. M. (2025). *Jurnal ilmiah multidisiplin ilmu*. 2(5), 167–179.
- Ramadayanti, F. (2019). *Strategi Brand Awereness Terhadap Keputusan Pembelian Produk*. 6(2).
- Saldana, Huberman, M. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. SAGE Publications, Inc.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., Ainun, N., Sastra, F., & Indonesia, U. M. (n.d.). *Komunikasi dan media sosial*.
- Sugiyono. (2017). *Medote Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALPABETA, CV.
- Sulistyazahra, D., Akbar, R. F., Thalib, A. R., & Julianti, L. (2025). *Strategi Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Instagram dalam Pembentukan Brand awareness ARSA Technology*. 1057–1073.
- Susanto, D., & Jailani, M. S. (2023). *Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah*. 1(1), 57–60.
- Syafaat, M., & Wahyudin, D. (2020). *ANALISIS IMPLEMENTASI DIGITAL PUBLIC RELATIONS PADA KONTEN INSTAGRAM @ ALAMINUNIVERSAL*. 3(1), 1–12.
- Tita, M. M., Aden, S., Juanrico, T. S. A., Yani, H., Ni, D. S. P., Hanika, I. M., Agustina, Rudy, Eka, Diana, Syamsuriansyah, Andika, Eka, Diana, Syamsuriansyah, A., & Viana, V. (2021). *PUBLIC RELATIONS Komunikasi Strategis, Digital, dan Bertanggung Jawab Sosial* (A. Masruroh (ed.);

Desember,). Widina Bhakti Persada Bandung.

Warliana, S. R., Hafiar, H., & Budiana, H. R. (2022). *TAHAPAN PEMBENTUKAN BRAND AWARENESS LO . KA . SI COFFEE AND SPACE SEBAGAI CO-WORKING SPACE*. 6(1), 188–202.

Yin, R. K. (2014). *Studi Kasus Desain & Metode*. Rajawali Pers.

Zainuddin, I., & Aditya, W. (2023). *METODE PENELITIAN* (M. Pradana (ed.)). EUREKA MEDIA AKSARA.

Internet :

Thompson, A. (2025, April 23). Digital 2025 April Global Statshot Report. We Are Social Indonesia. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/04/digital-2025-april-global-statshot-report/>

Akmal, M. (2025, Oktober 22). Simak tren pengguna Instagram di Indonesia 2018–2025. GoodStats Data. <https://data.goodstats.id/statistic/simak-tren-pengguna-instagram-di-indonesia-2018-2025-Df>

