

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhoyo, T. E. (2013). (Public Relations) Dalam Mempromosikan Produk Perusahaan. *Jurnal ILMIAH Widya*, 1(1), 15–21. file:///C:/Users/asus/Downloads/100-Article Text-315-2-10-20130905.pdf
- Astuty, S., Setyastuti, Y., Maulina, N., & Hanief, L. (n.d.). *MetaCommunication; Journal Of Communication Studies ANALISIS FUNGSI DAN PERAN HUMAS DALAM UPAYA IMPLEMENTASI GOOD GOVERNANCE (Studi pada Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Banjarmasin)*.
- Barus, N., Pangaribuan, M., & Purnama, S. (2021). Pengaruh Promosi Menggunakan Media Sosial TikTok terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms. Glow pada Mahasiswa di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 2, 616–626.
- Huda, A. M., Wonda, T., Kom, S., Ir, P., Sedyono, E., Kom, M., & No, J. D. (2017). Menggunakan Media Sosial. *Computatio: Journal of Computer Science and Information Systems*, 2(3871), 124–134.
- Juwito, J., & Zuhri, S. (2021). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN JEJARING SOSIAL FACEBOOK SEBAGAI MEDIA E-COMMERCE PADA MASYARAKAT SURABAYA (Studi Deskriptif-Kualitatif Pada Produk Peralatan Olahraga). *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 5(2), 151–163. <https://doi.org/10.33005/mebis.v5i2.143>
- Mardiana, S. (n.d.). *PERANAN KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMBENTUK PERILAKU KONSUMEN*.

- Nasution, M. K. M., & Noah, S. A. (2010). Superficial method for extracting social network for academics using web snippets. *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 6401 LNAI, 483–490. https://doi.org/10.1007/978-3-642-16248-0_68
- Nugraha, A. R., Sjoraida, D. F., & Novianti, E. (2022). Analisis strategi humas pemerintahan era milenial dalam menghadapi tata kelola informasi publik. *PROfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(2), 286. <https://doi.org/10.24198/prh.v6i2.37095>
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *PROfesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15878>
- Penggunaan, A., Sosial, M., Pemasaran, D., Studi, D., Penggunaan, P., & Untuk, I. (2024). *No Title*. 1(1), 94–107.
- Roy, K., Simatupang, P., Studi, P., Komunikasi, I., Komunikasi, F., Informatika, D. A. N., & Surakarta, U. M. (2022). *Strategi Digital Branding Tim Persija Jakarta Melalui*.
- Selvina, O. :, Lengkong, L., Sondakh, M., & Londa, J. W. (2017). STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM PEMULIHAN CITRA PERUSAHAAN (STUDI KASUS RUMAH MAKAN KAWAN BARU MEGAMAS MANADO). In *Acta Diurna: Vol. VI (Issue 1)*.
- Shafira, S., & Claretta, D. (2022). Strategi Humas PTPN XI dalam Meningkatkan Brand Engagement melalui Akun Instagram @ptpn11. *JHIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(9), 3450–3459. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i9.833>
- Tan, I. (2020). *Aktivitas Humas Pemerintah Kota Pekalongan Dalam Mengimplementasikan*

Tata Kelola Lembaga Publik. 021. <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/975/>

Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278.
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>

Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media).
Jurnal The Messenger, 3(2), 69. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>