

DAFTAR PUSTAKA

- Ansa, G. A., & Susanti, A. (2023). Penerapan Komunikasi Pemasaran Digital Menggunakan Model Sostac dalam Mempromosikan Hijab Amalia Collection Melalui Instagram. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 1(2), 1-15.
- Chairy, P., Purba, E., Khuzaifi, M., & Adriansyah, T. M. (2025). Penggunaan Media Sosial Dalam Strategi Manajemen Pemasaran Sebuah Kajian Literatur. *Juripol: Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan*, 8(1), 20-29.
- Damayanti, A., Delima, I. D., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang). *PIKMA: Jurnal Publikasi Ilmu Komunikasi Media dan Cinema*, 6(1), 173-190.
<https://doi.org/10.24076/pikma.v6i1.1308>
- Giselim, C., & Yoedtadi, M. G. (2024). Media Sosial sebagai Saran Meningkatkan Brand Awareness. *Kiwari*, 3(2), 308-314.
- Haliza, S. N., Sutomo, M., Adam, R. P., & Tambaru, R. (2021). Peran Emotional Content Marketing Pada Instagram Tridea Hills Dalam Membangun Brand Awareness. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(6), 471-478. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i6.13936>
- Ibrahim, M. I. (2024). Peran Public Relations Dalam Menumbuhkan Citra Perusahaan Yang Positif. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 2(6), 186-190.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Instisari Manajemen Pemasaran* (6th ed.). Andi.

- Ramadhanti, A. (2023). Pengaruh Sosial Media Terhadap Peningkatan Branding Perusahaan Rintisan. *Karimah Tauhid*, 2(5), 1864-1868.
<https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v2i5.9025>
- Riyanto, A. D. (2025, February 28). *Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2025 - Dosen, Praktisi, Konsultan, Pembicara/Fasilitator Digital Marketing, Internet marketing, SEO, Technopreneur dan Bisnis Digital*. Andi Link. Retrieved October 2, 2025, from <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2025/>
- Rochmaniah, A., Dharma, F. A., & Utomo, D. M. B. (2021). *Buku Ajar Dasar-dasar Public Relations*. UMSIDA PRESS.
- Saraan, M. R. G., Arwansyah, O. D., Fatmawati, E., & Suharyanto, A. (2025). Peran Media Sosial dalam Strategi Komunikasi Pemasaran: Analisis Efektivitas dan Implementasi. *Economics, Business and Management Science Journal*, 1(1), 106-111.
- Setyodewi, R. H., & Imani, K. H. (2023). Pemasaran Digital Berbasis Metode Sostac untuk Keberlangsungan Bisnis Tradisional. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(5), 929-935.
- Yonatan, A. Z. (2025, March 3). *Indonesia Habiskan 188 Menit per Hari Akses Media Sosial*. GoodStats. Retrieved October 15, 2025, from <https://goodstats.id/article/indonesia-habiskan-188-menit-per-hari-akses-media-sosial-qtUlj>