DAFTAR PUSTAKA

Aidha, Z., Azzahra, D. V., Fahzirah, R., Silangit, N., Apriansyah, B. H., Difhanny, C. N., & Aliyyah, A. F. (2024). Strategi Promosi Kesehatan Melalui Komunikasi Digital El-Mujtama : Jurnal Pengabdian Masyarakat. El-Mujtama : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4(2), 249–262. https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i2.3300

Amanda. (2022). Strategi Public Relations Teh Villa Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan. JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial, 2(1), 172–179. https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i1.280

Arianto, B. (2022). Peran Media Sosial Dalam Penguatan Komunikasi Bisnis Kewargaan di Era Ekonomi Digital. Jurnal Ekonomi Perjuangan, 4(2), 132–146. https://doi.org/10.36423/jumper.v4i2.1148

Asari, A. dkk. (2023). Komunikasi digital. In *Buku Dosen-2009* (Issue July). http://repository.trisakti.ac.id/usaktiana/index.php/home/detail/detail_koleksi/0/BDS/judul/00000000000000084311/

Asri Rossnita Dewi, Chriswardani Suryawati, & Septo Pawelas Arso. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Rumah Sakit terhadap Kepuasan Pasien di Indonesia: Literature Review. Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI), 6(10), 1940–1949. https://doi.org/10.56338/mppki.v6i10.4075

Azah, S. M. (2018). Komunikasi Persuasif Instagram Fakhrana Make Up Artist Menggunakan Analisis Image Frank Jefkins. *Repository.Usm.Ac.Id*, 1–11.

Badri, M. (2022). Pribumi Digital Moderat: Profil Kecakapan Komunikasi Digital Generasi Z. *Jurnal Riset Komunikasi*, *5*(2), 291–303. https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i2.653

Cahyono, A. S. (2016). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA. *Journal Publiciana*, *1*(2), 1–32. https://doi.org/10.56943/ejmi.v1i2.9

Chanra, M., & Tasruddin, R. (2025). Peran Media Sosial sebagai Platform Dakwah di Era Digital : Studi Kasus pada Generasi Milenial The Role of Social Media as a Platform for Preaching in the Digital Era : *A Case Study on the Millennial Generation*. *8*(1), 872–881. https://doi.org/10.56338/jks.v8i1.6862

Creswell. (2016). *Research Design, Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4 th). Sage Publication.

Damayanti, S., Riyanto, B., & Sarungu, L. M. (2024). Pemanfaatan Instagram

Sebagai Media Komunikasi Publik Pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sragen. Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial, 1–10.

Fenilho, Y., Azhar, R., Hurruzia, M. I., & Sulistiadi, W. (2023). Menilai Efektivitas Pengenalan Rumah Sakit Melalui Media Sosial Instagram di Rumah Sakit X Jakarta. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, *3*(5), 7841–7848.

Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi, 14*(1), 54–61. https://doi.org/10.33557/ji.v15i1.2204

Firdaus, M. (2020). Peranan Media Sosial Instagram @IPM.KALSEL Dalam Membangun Citra Organisasi. *EPrints Uniska*, *2*, 5–9.

Hidayanto, S., & Kartosapoetro, I. S. (2020). Strategi Digital Branding pada Startup Social Crownfunding. *Komunikatif*, *9*(1), 19–33.

Islamy, J. S., Mandasari, V., Pembangunan, U., Veteran, N., Timur, J., Merek, C., & Sosial, M. (2024). ANALISIS EFEKTIFITAS PENERAPAN DIGITAL MARKETING UNTUK MEMBANGUN CITRA MEREK DARI MULYOSARI GROUP. *9*(204), 3772–3786.

Kajian, J., Falah, A. N., Iqlima, N. N., & Bilqis, Q. N. (2024). *P*eran Sosial Media Instagram Sebagai Media Komunikasi Bisnis dalam Peningkatan Penjualan B rand “ Sevatu ” di Tasikmalaya Indonesia bahkan dunia dalam aktivitas berbagi foto dan video . Banyaknya pelaku usaha yang ditemui . Hal ini membuat pelaku usaha be. 2.

Kaszuba, V. S. (2024). Peran Instagram dalam Membangun Personal Brand Jurnalis : Sebuah Analisis Strategi Komunikasi di Media Sosial Peran Instagram dalam Membangun Personal Branding Jurnalis : Analisis. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, *7563*.

Kriyantono. (2022). TEKNIK PRAKTIS RISET KOMUNIKASI KUANTITATIF DAN KUALITATIF. KENCANA.

Maisaroh, M., Rachman, R., Norchalicatin, Y., Anam, M. M., Indriani, S. A., Abaitunnisa, F., & Syaifurahman, A. (2022). Strategi Pemasaran Melalui Live Instagram Terhadap Penjualan Pada Toko Aw Store Situbondo. Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME), 1(1), 118. https://doi.org/10.36841/jme.v3i1.4229

Mukhlison Effendi. (2021). Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Citra Lembaga di Lembaga Pendidikan Islam. *Southeast Asian Journal of Islamic Education Management*, *2*(1), 39–51. https://doi.org/10.21154/sajiem.v2i1.40

Ni Luh Putu Diah Desvi Arina, I Wayan Wastawa, & I Wayan Suyanta. (2023). Strategi Komunikasi Humas Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membangun Citra Positif Pemerintah Kota Denpasar. Anubhava: Jurnal Ilmu Komunikasi HIndu, 3(1), 444–453. https://doi.org/10.25078/anubhava.v3i1.2808

Noventa, C., Soraya, I., & Muntazah, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram BuddyKu Sebagai Sarana Informasi Terkini. JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial, *3*(3), 626–635. https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1124

Nur zazin, M. zaim. (2019). Media Pembelajaran Agama Islam Berbasis Media Sosial Pada Generasi Z. *Proceeding Antasari International Conference*, 535–563. file:///C:/Users/user/Downloads/3744-Article Text-10774-1-10-20200811 (1).pdf

Priyono. (2022). Komunikasi & Komunikasi Digital. Guepedia.

Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, *12*(2), 212. https://doi.org/10.35448/jte.v12i2.4456

Rini, D. (2018). Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram. *Jurnal Widyaloka Ikip Widya Darma*, *5*(3), 261–278.

Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2018). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja. *Interaksi-Online*, *6*(4), 1–12. https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/download/21950/20197

Salsabillah, I., & Yuniarti, T. (2023). Pengelolaan Media Sosial Instagram @Infobekasi Sebagai Media Informasi Tentang Bekasi. Jurnal Edukasi Dan Multimedia, 1(2), 90–99. https://doi.org/10.37817/jurnaledukasidanmultimedia.v1i2.2900

Subakti, H. dkk. (2023). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasin* (Issue March).

Sugiyono, & Lestari, P. (2021). Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional) (1st ed.). ALFABETA, cv.

Surokim dkk. (2016). Buku Riset Komunikasi: Strategi Praktis Bagi Peneliti Pemula. Pusat Kajian Komunikasi Publik Prodi Ilmu Komunikasi, FISIB-UTM & Aspikom Jawa Timur, 130–130.

van Laar, E., van Deursen, A. J. A. M., van Dijk, J. A. G. M., & de Haan, J. (2020). Determinants of 21st-Century Skills and 21st-Century Digital Skills for Workers: A Systematic Literature Review. *SAGE Open*, *10*(1).

https://doi.org/10.1177/2158244019900176

Wardani, S. (2023). Transformasi Interaksi Bisnis Dan Konsumen Dalam Era Digital. Jurnal Tadbir Peradaban, 3(2), 26–35.

Yuarsa, T. A., Narulita, S., & Ariyani, N. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit Pemerintah Untuk Masyarakat Umum. Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi, 6(2), 344–358. https://doi.org/10.51544/jlmk.v6i2.3681

Yulianti, P. (2024). Kajian Literatur : Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Dalam Meningkatkan Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Pada Generasi Muda. *Indonesian Journal of Islamic Education*, *2*(1), 113–123.

Yusuf, F., Rahman, H., Rahmi, S., & Lismayani, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, Dan Dokumentasi: Pendidikan Di Majelis Taklim Annur Sejahtera. JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat, 2, 1–8.