DAFTAR PUSTAKA

Akmalia, D. (2020). Strategi Marketing *Public Relations* melalui Media Sosial Instagram @bankvictoria Dalam Membentuk *Brand Awareness.* In *Universitas Bakrie*. Universitas Bakrie.

Alwan, F., & Catya, K. (2023). Perancangan *Visual Storytelling* Media Sosial Sebagai Upaya Peningkatan *Brand Awareness* Di Mojadiapp. *Jurnal Barik, 5(1)*, 168–182.

Andrews, P., & Johnson, R. J. (2019). *Evolutionary basis for the human diet: consequences for human health*. *JIM*, *1(1)*, 1–18.

Anisa, A. R. (2023). *Cyber Branding* Es Coklat Cokot Pusat Melalui Instagram @escoklatcokot dalam Meningkatkan *Brand Awareness*. UIN RADEN MAS SAID.

Ardianto, E. (2011). Metodologi Penelitian Untuk *Public Relations* Kuantitatif Dan Kualitatif. Simbiosa rekatama media.

Arikunto, S. (2016). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Rineka Cipta.

Assilah, Q. I. (2023). Strategi Digital *Storytelling* Pada Organisasi *Crowdfunding* Di Media Sosial Instagram @Lazisnubanyuwangi. *Jurnal Darussalam:* Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam, *14*(2), 77–92. https://doi.org/10.30739/darussalam.v14i2.1997

Attamimi, R. (2021). Pemanfaatan Instagram *@ Bittersweet_by_Najla* Dalam Membangun *Brand Awareness*. Universitas Pancasila.

Creswell, J. W. (2015). Penelitian Kualitatif & Desain Riset. Pustaka Belajar.

Creswell, J. W. (2016). *Research Design,* Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitaif, dan Campuran. Pustaka Belajar.

Darestuti, M. (2022). Sejarah Instagram Hingga Menjadi Salah Satu Platform Media

Sosial Populer. *Buzzup.Id*. https://buzzup.id/sejarah-instagram/?srsltid=AfmBOorQ7_mslswps-uIInQbxIhi2ru0KzcT7EjKWdMeHiBaRNEwzyzU

Farghani, N., & Christin, M. (2022a). Penerapan Transmedia *Storytelling* Untuk *Personal Branding* Arief Muhammad Di Media Sosial Instagram. *E-Proceeding Management*, *9*(4), 2459–2464.

Fundrika, B. A., & Varwati, L. (2021). Kemenkes: 95,5 Persen Orang Indonesia Jalani Diet Tidak Sehat. Suara.Com.

Hamida, S. R. (2024). Kasus Selebgram Meninggal di Depok Setelah Sedot Lemak: Kilas Balik dan Upaya Polisi. Www.Tempo.Co. https://www.tempo.co/hukum/kasus-selebgram-meninggal-di-depok-setelah-sedot-lemak-kilas-balik-dan-upaya-polisi-33240

Hartawan, Y. (2020). Komunikasi persuasif disnakertrans kota bogor mengatasi masalah pengangguran generasi milenial. *Linimasa:* Jurnal Ilmu Komunikasi, *3(2)*, 80–98.

Ibrahim, B. M. (2022). *Strategi Social Media Marketing* Se'i Sapiku Indonesia dalam Meningkatkan *Brand Awareness* melalui Instagram. UPN Veteran Jawa Timur.

Ibrahim, M. M., & Irawan, R. E. (2021). Pengaruh Konten Media Sosial terhadap Sumber Informasi Pandemi Covid-19. *Jurnal Representamen*, *7*(02).

Julius, N. (2025). Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2025Bagaimana data demografis pengguna Instagram di tingkat global?Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2025. *Upgraded.Id*. https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia

Kane, B. (2023). Mengungkap Rahasia Membuat Konten Menarik Dengan Konsep "*Hook Point*" Ala Brenda Kane. *Seqara.Id*. https://seqara.id/mengungkap-

rahasia-membuat-konten-menarik-dengan-konsep-hook-point-a-la-brendan-kane/

Kaufman. (2003). *Stories That Sell, Stories That Tell*. *Journal of Business Strategy*, *24(2)*, 11–15. https://doi.org/https://doi.org/10.1108/02756660310508155

Kemenkes. (2013). Riset Kesehatan Dasar (RIKESDAS). Badan Penelitian Dan Pengembangan Kesehatan Kementrian Kesehatan RI. https://repository.badankebijakan.kemkes.go.id/id/eprint/4467/1/Laporan_riskesdas_2013_final.pdf

Machfir, Z. (2021). 5 Operasi Plastik Terpopuler di Dunia: Sedot Lemak Berada di Paling Atas. Goodstats.Id.

Manah, M., & Yudhawasthi, C. M. (2024). Digital *Storytelling* Melalui Media Sosial Tiktok dalam Promosi Kuliner Bekasi. *Scriptura*, *14(1)*, 25–33. https://doi.org/https://doi.org/10.9744/scriptura.14.1.25-33

Martilova, Y. (2024). *Storytelling* Komunikasi Visual Pernikahan Kaesang Dan Erina Pada Akun Instagram @thebridestory. Inovasi Pembangunan*: Jurnal Kelitbangan*, *12(1)*, 17–38.

Maulana, H., & Gumelar, G. (2013). Psikologi Komunikasi Dan Persuasi. Akademia Permata.

Miles, Huberman, M. ., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3*. Sage Publications. erjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.

Moleong, L. . (2017). Metode Penelitian Kualitatif. PT Remaja Rosdakarya.

Mudani, L. S., & Ariantini, K. R. (2022). Strategi Komunikasi Persuasif dengan Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Berbasis Digital. *COMMENT:* Jurnal Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi, *1(2)*, 1–13.

Nasrullah, R. (2016). Media Sosial Perspektif Komunikasi,Budaya, dan Sosioteknologi. Simbiosa Rekatama Media.

Navia, V. R. (2021). Pengaruh social media Instagram dan *Brand awareness* terhadap keputusan pembelian dengan *electronic Word of Mouth* sebagai variabel moderasi: Studi kasus pada konsumen Makmur *Cafe* di Kota Malang. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

Ni'mah, J., Ratnaningsih, & Sayuti, A. (2024). Pengaruh Terapi *Storytelling* Kisah Nabi Pada Anak Prasekolah Untuk Menurunkan Kecemasan Hospitalisasi. Jurnal Riset Ilmu Kesehatan Umum Dan Farmasi *(JRIKUF)*, *2*(1), 159–166. https://doi.org/10.57213/jrikuf.v2i1.168

Nugratama, D., Yuni, D. F., & Rifai, M. (2022). Komunikasi Persuasif Dalam Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Untuk Menunaikan Zakat (Studi Deskriptif pada BAZNAS (BAZIS) DKI Jakarta). Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, *8*(23), 184–193.

Obar, J. A., & Wildman, S. S. (2015). *Social Media Definition and the Governance Challenge: An Introduction to the Special Issue*. *SSRN Electronic Journal*, *39(9)*, 745–750. https://doi.org/10.2139/ssrn.2637879

Ricko, & Junaidi, A. (2019). Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion). *Prologia*, *3*(1), 231–237.

Sakina, P., & Putri, M. R. D. (2023). *Influencer* Brasil meninggal di usia 29 tahun usai operasi sedot lemak. Www.Antaranews.Com. https://www.antaranews.com/berita/3818394/influencer-brasil-meninggal-di-usia-29-tahun-usai-operasi-sedot-lemak

Saputra, A. D. (2024). Komunikasi Persuasif @Haekalmajid Melalui *Storytelling* dalam Promosi Produk pada Media Sosial Tiktok. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian.

Soemirat. (2017). dasar-dasar *public relations*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan *R&D*. PT Alfabet.

Tyas, S. P., Azzahra, N., Ifada, B. M., & Fajarwati, N. K. (2024). Peran Komunikasi Persuasif Dalam Media Sosial. *SABER:* Jurnal Teknik Informatika, Sains Dan Ilmu Komunikasi, *2(2)*, 16–22.

Widianingsih, Y., & Cahyani, I. P. (2020). Digital *Storytelling* Melalui Media Sosial dalam Aktivitas Kehumasan Pada Perguruan Tinggi Alih Status. *Channel Jurnal Komunikasi*, *9(2)*, 109–118.

Zaenuri, A. (2017). Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Pengajaran. *JOurnal of Applied Linguistics and Islamic Eduction*, *01(01)*, 41–46.