

DAFTAR PUSTAKA

- Ainiyah, N. (2018). Remaja milenial dan media sosial: media sosial sebagai media informasi pendidikan bagi remaja milenial. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 2(2), 221-236.
- APJII. (2023). Survei Data Pengguna Internet Tahun 2023. Diakses di <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>
- Apriandono, H. W. (2020). Penerapan komunikasi digital storytelling pada media sosial Instagram. *Teknika*, 9(2), 121-128.
- Berger, B. (2009). Political Theory, Political Science, and the End of Civic Engagement. *Perspectives on Politics*, 7(2), 335-350.
- Brennan, J. S., & Kreiss, D. (2015). Digitalization. In *The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy* (pp. 1–11).
- Buckingham, D. (2007). Digital Media Literacies: Rethinking media education in the age of the Internet. *Research in Comparative and International Education*, 2(1), 43-55.
- Cangara, H. Hafied. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Edisi Ketiga. Cetakan 18. Depok: Rajawali Pers.
- Dalila, F., Putri, A. M., & Harkina, P. (2021). Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan harga diri. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 3(1), 47-55.
- Delli, M. X. (2013). An Engagement with Jeffrey Jones: Toward a New Vocabulary for Political Communications. *International Journal of Communications*, 7, 507-509.
- Enikolopov, M., Makarin, A., & Petrova, M. (2020). Social media and protest participation: Evidence from Russia. *Econometrica*, 88(4), 1479-1514.
- Fauziah, F. (2022). Pengaruh Marketing Communication Caffe Kenangan di Instagram Terhadap Minat Beli Pengunjung. *Journal for Business and Entrepreneurship*, 6(1).

- Fharadilla, N. (2023). Strategi Pemberdayaan Muzakki Dalam Penghimpunan Dana Zakat Melalui Platform Media Digital (Studi Kasus Di Baznas Provinsi Banten) (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Fitriyah, L. A., Manasikana, A., Hakim, L., & Najiburrahman, N. (2024). PERAN PENTING KOMUNIKASI INTERNAL DALAM MENCIPTAKAN BUDAYA ORGANISASI YANG POSITIF. *MERDEKA: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5), 372-377.
- Gass, R. H., & Seiter, J. S. (2022). *Persuasion: Social influence and compliance gaining*. Routledge.
- Ginting, R., Purwati, E., Arumsari, N., Pujiastuti, N. S., Kussanti, D. P., Dani, J. A., & Sari, A. A. (2021). *Manajemen Komunikasi Digital Terkini*. Penerbit Insania.
- Gushevinalti, G., Suminar, P., & Sunaryanto, H. (2020). Transformasi Karakteristik Komunikasi Di Era Konvergensi Media. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(01), 083-099.
- Guzman, K. C., & Oktarina, N. (2018). Strategi Komunikasi eksternal untuk menunjang citra lembaga. *Economic Education Analysis Journal*, 7(1), 301-315.
- Hager, A. (2024). Does online fundraising increase charitable giving? A nationwide field experiment on Facebook.
- Harto, B., Rukmana, A. Y., Boari, Y., Rusliyadi, M., Aldo, D., Juliawati, P., & Dewi, Y. A. (2023). *WIRUSAHA BIDANG TEKNOLOGI INFORMASI: Peluang usaha dalam meyongsong era society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Haryono, T., & Bashori, B. (2016). Pengaruh social influence terhadap niat untuk menggunakan layanan mobile payment. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 16(2), 77-88.
- Hung, K. (2024). *Knowledge Transfer in Tourism Education: A Case of Tourism Marketing*. Texas A&M University.
- Irmansyah, R. R., & Afriani, A. L. (2024). Strategi Komunikasi Media Sosial untuk Mendorong Partisipasi Masyarakat pada Website

- Sajiwa Foundation. *SABER: Jurnal Teknik Informatika, Sains dan Ilmu Komunikasi*, 2(4), 282-297.
- Junco, R., Heiberger, G., & Loken, E. (2010). The effect of Twitter on college student engagement and grades. *Journal of Computer Assisted Learning*, 27(2), 119-132.
- Katrin, K., & Vanel, Z. (2020). Strategi Pemasaran Komunikasi Digital Marketing Platform (Cashbac) Untuk Mendorong Daya Beli Konsumen. Source: *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 14-25.
- Kim, A. J., & Ko, E. (2012). Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand. *Journal of Business Research*, 65(10), 1480-1486.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing Management 3rd edn PDF eBook*. Pearson Higher Ed.
- Kurniawan, M. R., Erawati, D., Setiawan, H., & Harmain, H. (2023). Digitalisasi: Strategi Komunikasi KPU Dalam Mendorong Partisipasi Gen Z Pada Pemilu 2024. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 3(6), 1375-1390.
- Leli, N., Nurhadiah, N., Handayani, R. T., & Suhairi, S. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Komunikasi Massa dalam Memperluas Jangkauan dan Meningkatkan Interaksi dengan Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 436-444.
- Lengkawati, A. S., & Saputra, T. Q. (2021). Pengaruh influencer marketing terhadap keputusan pembelian (studi pada Elzatta Hijab Garut). *Prismakom*, 18(1), 33-38.
- Levy, R. E., & Mattsson, M. (2023). The effects of social movements: Evidence from #MeToo. Available at SSRN 3496903.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2010). *Theories of human communication*. Waveland press.
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi sosial remaja dalam Instagram (sebuah perspektif komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(1), 151-160.

- Masni, M. (2024). Eksistensi Komunitas Dakwah One day one juz Di Media Instagram Dalam Membangun Value Yang Baik Di Masyarakat Kota Parepare (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Meliani, M., Septianah, N., Septiani, S., & Kurniasari, N. G. A. K. (2024). Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Brand Awareness Produk “Broodis” Di Social Media Instagram. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 5(1), 32-40.
- Mohd Kamal, S. B., Zainol, N., Mahat, F., Abdullah, D., Bahari, K. A., & Azmi, N. (2020). The role of social influence model in social media marketing. *ESTEEM Journal of Social Sciences and Humanities*, 4, 93-102.
- Morissan, M. (2014). Media sosial dan partisipasi sosial di kalangan generasi muda. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(1), 50-68.
- Mubarok, A. I. I. (2016). Pelaksanaan Komunikasi Organisasi Di Dinas Pendidikan Kabupaten Klaten. *Hanata Widya*, 5(6).
- Mufid, M. (2012). *Etika dan filsafat komunikasi*. Prenada Media.
- Müller, K., & Schwarz, C. (2023). From hashtag to hate crime: Twitter and anti-minority sentiment. *American Economic Journal: Applied Economics*, 15(3), 270-312.
- Nasution, S. (2003). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Nurhadi, Z. F. (2017). *Teori komunikasi kontemporer*. Prenada Media.
- Nursatyo, N., & Rosliani, D. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Situs Pembanding Harga Telunjuk.com. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 46-67.
- Perroni, C., Scharf, K., Talavera, O., & Vi, L. (2022). Does online salience predict charitable giving? Evidence from SMS text donations. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 197, 134-149.
- Pohan, D. D., & Fitria, U. S. (2021). Jenis-jenis komunikasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, 29-37.

- Prasetyo, R., RAKHMAD, R. S., & Lailiyah, F. (2024). Analisis semiotika maskot si domar sebagai icon indomaret (Doctoral dissertation, Universitas Islam Majapahit).
- Pratiwi, C. Y., Cindrakasih, R. R., & Novianita, R. (2021). Strategi Komunikasi Digital PT GOJEK Indonesia di Masa Pandemi Covid-19. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(5), 1158-1167.
- Priselie, A. E., & Paramita, S. (2022). Strategi Komunikasi Digital Influencer dalam Menggunakan Media Sosial Instagram sebagai Media Fundraising. *Prologia*, 6(1), 163-170.
- Putri, T. A., & Sudradjat, R. H. (2024). ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PANDAWARA GROUP DALAM GERAKAN# ONEDAYONETRASHBAG UNTUK MENGURANGI SAMPAH. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 9(4), 1096-1107.
- Qomariyah, A. N. (2009). Perilaku penggunaan internet pada kalangan remaja di perkotaan. *Universitas Airlangga Surabaya*, 6, 55-64.
- Rachmad, Y. E. (2024). The Role Of Emotions And Social Influence In Digital Content.
- Rahman, W., Herdiyanti, H., Azizah, J., Asir, M., & Wijayanto, G. (2024). Eksplorasi strategi pemasaran media sosial yang sukses dalam meningkatkan interaksi merek dengan konsumen di era digital. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 355-363.
- Rumjaun, A., & Narod, F. (2020). Social learning theory—albert bandura. *Science education in theory and practice: An introductory guide to learning theory*, 85-99.
- Saffer, A. J., Sommerfeldt, E. J., & Taylor, M. (2013). The effects of organizational social media use on stakeholder relations and public trust. *Public Relations Review*, 39(3), 238-245.
- Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2018). Penggunaan media sosial Instagram dalam pembentukan identitas diri remaja. *Interaksi Online*, 6(4), 490-501.

- Setiawan, D. (2024, July). Evaluasi Penggunaan Teknologi & Branding Digital Pada CV Pandawa Digital Media. In Prosiding SENDIKO (Seminar Nasional Hasil Penelitian & Pengabdian Masyarakat Bidang Ilmu Komputer) (Vol. 3).
- Silviani, I., & Darus, P. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC). Scopindo media pustaka.
- Smith, B. G., Kendall, M. C., Knighton, D., & Wright, T. (2018). Rise of the brand ambassador: Social stake, corporate social responsibility and influence among social media influencers. *Communication Management Review*, 3(1), 6-29.
- Sohn, E. (2017). Fundraising: the ice bucket challenge delivers. *Nature*, 550(7676), S113-S114.
- Tedeschi, J. T. (Ed.). (2017). *The social influence processes*. Routledge.
- Tosepu, Y. A. (2018). Media baru dalam komunikasi politik (komunikasi politik i dunia virtual). Jakad Media Publishing.
- Trisusilo, N., Chatra, E., & Arif, E. (2024). KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENGELOLA INFORMASI PUBLIK MELALUI MEDIA SOSIAL DI KEPOLISIAN DAERAH SUMATERA BARAT. *Jurnal Bilqolam Pendidikan Islam*, 5(1), 85-106.
- Tun Huseno, S. E. (2021). Kinerja pegawai: Tinjauan dari dimensi kepemimpinan, misi organisasi, budaya organisasi dan kepuasan kerja. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Turaga, R. (2016). Organizational models of effective communication. *IUP Journal of Soft Skills*, 10(2), 56.
- Utamidewi, W., Mulyana, D., & Rizal, E. (2017). Pengalaman komunikasi keluarga pada mantan buruh migran perempuan. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 5(1), 69.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178.

Wang, L. T., Liu, K. J., Sytwu, H. K., Yen, M. L., & Yen, B. L. (2021). Advances in mesenchymal stem cell therapy for immune and inflammatory diseases: Use of cell-free products and human pluripotent stem cell-derived mesenchymal stem cells. *Stem cells translational medicine*, 10(9), 1288-1303.

