

DAFTAR PUSTAKA

- Akıl, S., & Üngan, M. C. (2022). E-commerce logistics service quality: Customer satisfaction and loyalty. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 20(1). <https://doi.org/10.4018/JECO.292473>
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). PEMANFAATAN FITUR INSTAGRAM SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI PEMASARAN KEDAI BABAKKEROYOKAN DI KOTA PALU. *Kinesik: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 176.
- Aprilia, N., Permadi, B., Aqila Izura Atanta Berampu, F., & Andini Kesuma, S. (2023). MEDIA SOSIAL SEBAGAI PENUNJANG KOMUNIKASI BISNIS DI ERA DIGITAL. *UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi* . <http://journal.stkipnurulhuda.ac.id/index.php/utility>
- Badan Pusat Statistik. (2025). Klasifikasi baku lapangan usaha Indonesia (KBLI) 2025. Badan Pusat Statistik.
- Baharsyam, S., & Wahyuti, T. (2022). Strategi penggunaan Key Opinion Leader (KOL) di media sosial untuk meningkatkan *brand awareness* produk
- Bourdeau, B. L., Pons, F., De Barnier, V., & Boukis, A. (2024). *Customer loyalty: A refined conceptualization, measurement, and managerial impact*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 81, 103983.
- Bounce Indonesia. (2023, February 15). *Bounce Indonesia resmi menjadi digital Agensi brand Pocari Sweat*. <https://www.bounce.com/blog/Agensi/bounce-indonesia-resmi-menjadi-digital-Agensi-brand-pocari-sweat/>
- Broom, G. M., & Dozier, D. M. (1986). Advancement for *Public Relations* role models. *Public Relations Review*, 12(1), 37–56.
- Cahyadi, J., & Pribadi, M. A. (2024). Implementasi interaksi simbolik dalam strategi komunikasi pemasaran (Studi kasus divisi copywriter Sevenads Indonesia). *Kiwari*, 3(2), 213–220.
- Detik.com. (2026, Januari 7). *Heboh di medsos PIM 5 bakal dibuka, begini faktanya!* DetikProperti. <https://www.detik.com/properti/berita/d-8296032/heboh-di-medsos-pim-5-bakal-dibuka-begini-faktanya>

- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59, 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168> (sciencedirect.com)
- Erzani, N., & Anisa, R. (2021). Peran konsultan *Public Relations* dalam aktivitas *media relations* perusahaan *startup*. *Jurnal Komunikasi Global*, 10(2), 251–271.
- Fadillah, S. S. A., & Kartikawati, D. (2020). Aktivitas *media relations* konsultan *Public Relations* Media Buffet dalam membantu pembentukan citra perusahaan klien. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 6(2), 547–559.
- Gautama, V. A. (2022). User Generated Content pada TikTok dan penggunaannya di kalangan muda. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, 6(4), 2394–2406. doi:10.58258/jisip.v6i4.3749
- Gremler, D. D., & Brown, S. W. (1996). *Service Loyalty: Its Nature, Importance, and Implications*.
- Grunig, J. E. Hunt, T. (1984). Managing *Public Relations*. In Holt, Rinehart and Wiston.
- Hung-Baesecke, C. F., Chen, Y. R. R., & Ni, L. (2021). The Excellence Theory: Origins, contribution and critique. In C. Valentini (Ed.), *Public Relations* (pp. 313–334). De Gruyter Mouton.
- Investopedia. (2023). *Instagram: What It Is, Its History, and How the Popular App Works*. <https://www.investopedia.com/articles/investing/102615/story-instagram-rise-1-photo0sharing-app.asp>
- Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif. (2026). Beranda EKRAF Hub. Diakses 9 April 2026, dari situs resmi EKRAF Hub. <https://hub.ekraf.go.id/>

- Kementerian Investasi/Badan Koordinasi Penanaman Modal. (2020). Aktivitas kehumasan (KBLI 70203). OSS. Diakses 9 April 2026, dari situs resmi OSS. <https://oss.go.id/id/kbli/detail/d473b551-446f-4f7a-b9b2-d56c48e83f7d>
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Labudová, L. (2024). Current Leading Social Media Platforms Used by Marketers and its Benefits. *Proceedings of the 11th European Conference on Social Media* . <https://www.statista.com/>.
- Luttrell, R. M., & Capizzo, L. W. (2025). *Public Relations campaigns* (3rd ed.). SAGE
- Meichael, J., & Pandrianto, N. (2023). Implementation of REACH communication principles in the interaction of digital marketing agency account executives with clients. *International Journal of Application on Social Science and Humanities*, 1(4), 339–344.
- Muaya, G. M. F. J., & Paramita, S. (2025). Penerapan model Dragonfly Effect pada Instagram sebagai platform *campaign* HIV dan kesehatan seksual. *Prologia*, 9(1), 38–49.
- Nabiilah, S. A. A., & Yudhiasta, S. (2024). Peran Agensi Digital Marketing dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Swantastic Pro Travel Event & Organizer. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(9), 9768-9774
- Niantiara, A. (2022). Analisis pemanfaatan Key Opinion Leader (KOL) oleh Batagor Acan sebagai strategi Marketing *Public Relations* (MPR) di Instagram. *Representamen*, 8(2), 1–13. doi:10.30996/representamen.v8i2.7203
- Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63, 33–44.
- PT Antilope Madju Puri Indah. (2025). *Profile*. Puri Indah Mall. <https://puriindahmall.co.id/profile>
- PT Metropolitan Kentjana Tbk. (2025). *About Pondok Indah Group*. Pondok Indah Group. <https://pondokindahgroup.co.id/>

- Putri, V. J. (2020). Pengaruh User-Generated Content (UGC) dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen Dapur Mbok Sarminah. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 5(1), 95–102.
- Riu, A. I., Hikmah, R., & Sukarno, H. (2024). Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran wisata kuliner Kerang Celebes di Kabupaten Takalar Sulawesi Selatan. *Eraca: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1).
- Rochmaniah, A., Dharma, F. A., & Utomo, D. M. B. (2022). *Buku ajar dasar-dasar Public Relations*. Umsida Press.
- Strategi penggunaan Key Opinion Leader (KOL) di media sosial untuk meningkatkan *brand awareness* produk Sania Royale Soya Oil. (2022). *Konvergensi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 3(1).
<https://doi.org/10.51353/kvg.v3i1.612>
- Sari, L. A., & Supriyanto, A. (2022). Peran humas sebagai fasilitator publikasi informasi dan dokumentasi di perguruan tinggi. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 13(1), 1–5.
- Shinta, A., & Putri, K. Y. S. (2020). Efektivitas Media Sosial Instagram Terhadap Personal Branding Bintang Emon Pada Pengguna Instagram. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*. <http://journal.unj.ac.id/>
- Solis, B. (2011). *Engage! The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. NJ: John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2023). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Edisi ke-2, Cetakan ke-5). Bandung: Alfabeta.
- Sulistiani, T. N. A., & Wijaya, L. S. (2021). Strategi Komunikasi Eksternal *Public Relations* Pemerintah Kota Salatiga di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal PIKMA: Publikasi Media dan Cinema*, 4(1), 25–39.
- Tanudjaja, J. S. (2026, Januari 7). Pondok Indah Mall 5 siap dibuka Februari 2026: Intip daftar tenant-nya. *Kompas.com*.
<https://www.kompas.com/properti/read/2026/01/07/121206021/pondok-indah-mall-5-siap-dibuka-februari-2026-intip-daftar-tenant-nya>

- We Are Social, & Meltwater. (2024). *Digital 2024: Indonesia. DataReportal*.
[https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia\](https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia/)
- Wiencierz, C., Röttger, U., & Fuhrmann, C. (2021). *Agile cooperation between communication agencies and companies*. *International Journal of Strategic Communication*, 15(2), 144–158.
<https://doi.org/10.1080/1553118X.2021.1898144>
- Wolfers, L. N., & Schneider, F. M. (2025). What do you mean by “social media”? Introducing the Social Media Features Framework. *Annals of the International Communication Association*, 49(3), 192–209.
- Yuanita, D. (2021). Peran Key Opinion Leader dalam strategi *Public Relations* pada komunikasi krisis perusahaan. *PRofesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(1), 23–44. doi:10.24198/prh.v6i1.29693
- Ziegele, D., & Zerfass, A. (2024). *The evolution of communication consulting: A long-term comparison of service quality in strategic communication*. *International Journal of Strategic Communication*, 18(5), 445–468.
<https://doi.org/10.1080/1553118X.2024.2365692>
- Ziegele, D., Doberts, S., Zerfass, A., & Verčič, D. (2025). *Quality and conflicts of communication consulting: Demystifying the concept and current practices based on a study of consultants and clients across Europe*. *Communications*, 50(2), 368–391. <https://doi.org/10.1515/commun-2023-0049>
- Ziegele, D., Siegel, C., & Zerfass, A. (2025). *Does quality matter? Understanding quality of communication consulting from a client and consultant perspective*. *Public Relations Review*, 51(2), 102563.
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2025.102563>