

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, I. M. S., Trisnadewi, N. W., Oktaviani, N. P. W., Munthe, S. A., Hulu, V. T., Budiastutik, I., Faridi, A., Ramdany, R., Fitriani, R. J., Tania, P. O. A., Rahmiati, B. F., Lusiana, S. A., Susilawaty, A., Sianturi, E., & Suryana. (2021). *Metodologi Penelitian Kesehatan* (R. Watrianthos & J. Simarmata, Eds.). Yayasan Kita Menulis.
- Aida, N. R., & Hardiyanto, S. (2022, March 24). *Mengenal Apa Itu Twitter dan Mengapa Orang Menggunakannya? Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul Mengenal Apa Itu Twitter dan Mengapa Orang Menggunakannya?* Kompas.
- Akbar, M. F., Evadianti, Y., & Asniar, I. (2021). *PUBLIC RELATIONS*. Ikatan Guru Indonesia.
- Alfian, R. M., & Sulihyantoro, A. B. (2021). PENGARUH CONSUMER ENGAGEMENT DAN BRAND ADVOCACY DI MEDIA SOSIAL TERHADAP TINGKAT BRAND LOYALTY GARNIER INDONESIA. *Jurnal Kommas*.
- Amarta, R., & Nugroho, R. A. (2022). HUBUNGAN SPEED DAN AGILITY TERHADAP KETERAMPILAN MENGGIRING BOLA EKSTRAKURIKULER FUTSAL. *Journal of Physical Education (JouPE)*, 3.
- Andini, E. (2023, July 25). *Digital Campaign: Definisi dan Contoh Campaign*. Seekflow.
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). PEMANFAATAN FITUR INSTAGRAM SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI PEMASARAN KEDAI BABA KEROYOKAN DI KOTA PALU. *E-Journal Kinesik Statistic*, 9.
- Arianita, V., Rosinda, F., & Ekantoro, J. (2021). Kampanye Digital pada Instagram @Perhumas_Indonesia melalui #IndonesiaBicaraBaik dalam Mewujudkan Masyarakat 5.0. *Jurnal Intelektual Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi*, 8.
- Arifin, A. N. (2020). "PERAN HUBUNGAN MASYARAKAT KOMISI PEMILIHAN UMUM (KPU) KOTA TANGERANG SELATAN DALAM MENYOSIALISASIKAN PEMILU 2019 PADA PEMILIH DISABILITAS." UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH.
- Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azhra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5.

- Armia, M. S. (2022). *Penentuan Metode dan Pendekatan Penelitian Hukum* (C. Fahmi, Ed.). Lembaga Kajian Konstitusi Indonesia (LKKI).
- Azzahra, M., & Patrianti, T. (2024). Kampanye Digital Public Relations Kesadaran Remaja dalam Perubahan Iklim. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8.
- Banu, M., & Sukmaranti, G. (2023). AKTIVITAS PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBINA HUBUNGAN BAIK Di APARTEMEN. *JURNAL ORATIO DIRECTA*, 5.
- Bara, E. A. B., Nasution, K. A., Ginting, R. Z., & Kartini. (2022). Penelitian tentang Twitter. *JURNAL EDUKASI NONFORMAL*, 3.
- Barjah. (2024, February 1). *Masih Bingung dengan Kunci Sukses Humas di Era Digital? Inilah jawabannya!* Badan Litbang Dan Diklat Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Bazzar, S. (2022). *Digital Campaign #SehatkanBumi Oleh TALK.INC.* UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA.
- Dharmayanti, D., & Prasajo, S. (2020). ANALISA PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP BRAND ADVOCACY DENGAN PERCEIVED SERVICE QUALITY DAN CUSTOMER ENGAGEMENT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA VIRTUAL HOTEL OPERATOR REDDOORZ. *Jurnal Strategi Pemasaran*.
- Fadhillah, F. R., Muksin, N. N., Patrianti, T., & Purnamasari, O. (2023). EFEKTIVITAS PESAN KAMPANYE PUBLIC RELATIONS DIGITAL #TRUETHROUGHYOU DI INSTAGRAM TERHADAP BRAND IMAGE ERIGO. *Kajian Ilmu Sosial*.
- Fazril, R., & Wulandari, A. (2021). PENGARUH PERIKLAN PADA APLIKASI SPOTIFY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS SPOTIFY 2020). *Applied Science*, 7.
- Fitri, J. Z., & Madiawati, P. N. (2020). POTENTIAL MARKET, ELEKTRONIK WORD OF MOUTH (E-WOM), MEDIA SOSIAL YANG MEMPENGARUHI CITRA DESTINASI DAN BERDAMPAK KEPADA MINAT BERKUNJUNG KE TAMAN WISATA HUTAN MANGROVE SEBALANG, DESA TARAHAN, LAMPUNG SELATAN. *E-Proceeding of Management*, 7.
- Guzman, C. (2023, November 29). *Your Complete Guide to Spotify Wrapped, 2023*. Time.
- Hamidah, G., & Kussusanti, K. (2024). Pengaruh Kampanye Public Relations “Waste Down Beauty Up” Terhadap Kesetiaan Pelanggan Sociolla Dengan Mediasi Corporate Image. *COMMUNICATIONS*, 6.

- Hartati, S., & Anwar, K. (2023). PERAN HUMAS SEBAGAI FUNGSI DOKUMENTASI DAN PUBLIKASI BERITA DI MIN 3 GUNUNGKIDUL. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam (JMPID)*, 5.
- Haryono, C. G. (2023). *Digital Public Relations Pemanfaatan Big Data, SEO, CSR, dan Komunikasi Krisis dalam Kegiatan Public Relations di Era Digital*. Prenada Media.
- Hassan, I. N. El. (2023). *Pengaruh Kampanye Humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif #Exoticntt di Instagram Terhadap Citra Obyek Wisata Labuan Bajo Nusa Tenggara Timur (Survei Pada Followers Akun Instagram @disparekraf.ntt)*. UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA.
- Hermawansyah, A., & Pratama, A. R. (2021). Analisis Profil dan Karakteristik Pengguna Media Sosial di Indonesia dengan Metode EFA dan MCA. *Techno.COM*, 20.
- Husen, A. (2023). STRATEGI PEMASARAN MELALUI DIGITAL MARKETING CAMPAIGN DI TOKO MEBEL SAKINAH KARAWANG. *JURNAL ECONOMINA*, 2(6), 1356–1362. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i6.608>
- Indah, R. P., & Farida, A. (2021). Pengaruh Kemandirian Belajar Siswa Terhadap Hasil Belajar Matematika. *Jurnal Derivat*, 8.
- INDRIYANI, E. A. (2022). *PERAN DAN FUNGSI HUMAS PT TERMINAL TELUK LAMONG DALAM PENGELOLAAN INFORMASI PUBLIK EKSTERNAL*. UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA.
- Intang, A. (2023). *PENGARUH FITUR, BRAND IMAGE, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI DI CILINCING*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Ira, L. (2023, November 23). *Mengenal TikTok, Aplikasi Media Sosial yang Populer di Dunia*. Tempo.
- Jarusevičiūtė, K. (2024, January 21). *Best Spotify VPNs in 2024*. Cybernews.
- Kale, R. (2023, May 11). *Spotify dominates market share but lags in global subscribers [IMS Business Report 2023]*. House Nest.
- Kotler, P., Kertajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Gramedia Pustaka Utama.
- Krisyanti, VOS, I., & Priliantini, A. (2020). Pengaruh Kampanye #PantangPlastik terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Survei pada Pengikut Instagram @GreenpeaceID). *Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 9.
- Kurnianto, K. S. (2023, November 30). *Cara Share Spotify Wrapped 2023 ke Instagram Story*. Kumparan.

- Kurniawan, Moh. A. El. (2023, November 29). *Apa Itu Spotify Wrapped dan Kapan Rilisnya di Tahun 2023?* Narasi.
- Kusumasari, K. E., & Sanica, I. G. (2022). STRATEGI MEMBANGUN BRAND ADVOCACY MARKETING PADA ERA INDUSTRI 4.0. *Edunomika*, 6.
- Malini. (2023, November 27). *5 Platform Digital Musik, Apa Saja Perbedaannya?* Tempo.Co.
- Marwah, R., Rusfien, I. T., & Amaliasari, D. (2023). ANALISIS FUNGSI HUMAS SEKSI REHABILITAS PENYANDANG DISABILITAS DINAS SOSIAL KABUPATEN BOGOR TERHADAP KEGIATAN PEMENUHAN HAK PENYANDANG DISABILITAS. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 7.
- Masitah, A. D., & Dewi, D. S. K. (2022). Analisis Opini Publik Berdasarkan Teori Agenda Setting Pada Proses Perencanaan Pemindahan IKN. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 6.
- Maulani, M. (2023). Pengaruh Brand Personality dan Brand Love terhadap Brand Advocacy Reviewers Kosmetik Wardah, Emina dan Make Over di Forum Female Daily. *Strategic Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 2.
- Murray, C. (2023, November 28). *Spotify Wrapped 2023 Comes Soon: Here's How It Became A Viral And Widely Copied Marketing Tactic*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/conormurray/2023/11/28/spotify-wrapped-2023-comes-soon-heres-how-it-became-a-viral-and-widely-copied-marketing-tactic/?sh=288fd3453692>
- Nandy. (2024). *Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat, dan Perkembangannya*. Gramedia.
- Novena, M. (2020). *PENGARUH KAMPANYE PUBLIC RELATIONS #NOSTRAWMOVEMENT TERHADAP PARTISIPASI KONSUMEN KFC RADEN INTEN*. Kwik Kian Gie.
- Nurdiansyah, R. (2022). *ANALISIS KONSEP HUMAS POLRES PONOROGO DALAM MENANGANI BERITA HOAKS DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM POLRES_PONOROGO*. UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO.
- Pardede, D. (2023, July 28). *Terjawab Sudah Kenapa Logo Twitter jadi X, Terkuak Alasan Elon Musk*. Tribun Kaltim.
- Permini, N. L. P. E., & Atmaja, I. M. W. K. (2022). PERAN HUMAS DALAM KEGIATAN PUBLIKASI ONLINE PEMERINTAH DI KABUPATEN BADUNG. *Jurnal MODERAT*.
- Prana, K. P. (2022, October 30). *Di Era Digital, Humas Pemerintah Harus Mampu Bertransformasi Menuju GPR Digital*. Bali Media Center.

- Pratisara, A. N., & Ali, A. (2023). Aktivitas Humas Ancol dalam Kampanye Logo Baru Ancol. *Journal Of Social Science Research*, 3.
- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. CV. Wade Group.
- Purnomo, Y. B. A., Sadono, T. P., & Pratiwi, N. M. I. (2023). Strategi Komunikasi Humas Polda Jatim Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Kepolisian. *PROSIDING*.
- Puspitasari, N., & Purwani, D. A. (2022). *Cyber Public Relations Berubah Atau Terlibas*. Adipura Books.
- Rahmi, S. (2023). *PERAN PELAKSANA FUNGSI HUMAS BALAI BAHASA PROVINSI RIAU DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM LITERASI GENERASI MUDA 2022*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM.
- Rizaty, M. A. (2024, February 13). *Data Pengguna Aplikasi TikTok di Indonesia pada Oktober 2021-Januari 2024*. Data Indonesia.
- Rizqi, M., Romadhan, M. I., & Inayati, D. K. (2020). PERAN HUMAS SEBAGAI FASILITATOR KOMUNIKASI DALAM MENANGANI KELUHAN PELANGGAN DI PT. PLN DISTRIBUSI JAWA TIMUR. *Jurnal Kajian Dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi*, 1.
- Ruslan, R. (2016). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. PT RajaGrafindo Persada.
- S. Gassing, S., & Suryanto. (2016). *Public Relations* (Seno, Ed.; 1st ed.). CV ANDI OFFSET.
- Santiyuda, P. C., Purnawan, N. L. R., & Gelgel, N. M. R. A. (2023). Kampanye #Berkaingembira Dalam Membangun Kesadaran Generasi Z Akan Budaya Berkain. *Jurnal Communio : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12.
- Satira, A., & Hidriani, R. (2021). Peran Penting Public Relations Di Era Digital . *International Jurnal Sadida Islamic Communications Media Studies*.
- Setyawan, D. A., Sari, N. I., Kuswindari, I. A., Sari, D. E., Sakhara, I., & Kustiningsih, N. (2020). OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL TERHADAP PEMASARAN DI USAHA MIKRO KECIL MENENGAH. *Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 16.
- Siregar, H. R. (2023). *FUNGSI KAMPANYE DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN BRAND IMAGE MAD FOR MAKEUP DI KOMUNITAS REBEL SENATO*. Universitas Pasundan.
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). VALIDITAS DAN RELIABILITAS TERHADAP INSTRUMEN KEPUASAN KERJA. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 17.

- Smith, R. (2023, October 12). *THE EVOLUTION OF PR IN THE DIGITAL ERA: KEY TRENDS AND FUTURE OUTLOOK*. The Atticism.
- Sugiyono. (2020). *Skripsi, Tesis, dan Disertasi* (A. Nuryanto, Ed.). Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF dan R&D* (Sutopo, Ed.; 2nd ed.). CV. Alfabeta.
- Sulistya, R., & Rostanti, Q. (2023, August 1). *Twitter Berubah Nama Jadi X, Istilah Tweet Ganti Jadi Post*. Republika.
- Tandika, B. (2021, October 28). *Apa Itu Twitter Marketing dan Manfaatnya untuk Bisnis Kamu?* Glints.
- Taryana, A. (2023). Peran Humas, Media Digital, dan Manajemen Opini Publik di Pertamina Internasional EP. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 3(2), 403–414. <https://doi.org/10.54082/jupin.173>
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2015). *Social Media Marketing*. SAGE Publications.
- Vani Safli, D., Susilo, A., & Ridaryanthi, M. (2023). Digital Public Relations Program Management to Improving Customer Service Quality. *Paragraphs Communication Update*, 13–25. <https://doi.org/10.59260/pcommu.2023.13253006>
- Venus, A. (2019). *Manajemen Kampanye (Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Sosial)*. Simbiosis Rekatama Media.
- Wijaya, A., & Gischa, S. (2023, December 25). *10 Manfaat Media Sosial*. Kompas.
- Yohanes, P. A. (2024, January 2). *Perkembangan Public Relations di Era DigitalY*. JurnalPost.
- Yuniartha, L. (2023, August 14). *Pengguna Spotify di Indonesia Tumbuh 3 Kali Lipat dalam 3 Tahun*. Kontan.
- Zainudin, A. (2023, February 3). *Public Relations Digital Yang Harus Dimiliki*. Stekom.Ac.Id.
- Zakhra, A., Tannady, H., Septiani, R., Yuniwati, I., & Widjaja, W. (2023). Analisis Pengaruh Service Quality Dan Persepsi Harga Terhadap Purchase Decision Produk Elektronik. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4.