

## DAFTAR PUSTAKA

- Bader, S. (2025). Universities , Culture , and Social Media : Enhancing Engagement and Community Through Digital Strategies. *Journal Media*, 6(80). <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/journalmedia6020080>
- Damayanti, D. A., Pasaribu, M., & Priyadi, C. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran di SMK Grafika Yayasan Lektur. *Hybrid Advertising Journal: Publication for Advertising Studies*, 2(1), 20–33.
- Hamzah, S. S., Riswandari, N., & Efendi, M. N. (2025). Yudharta University Branding Strategy Through Social Media Content. *Journal Of Social Studies*, 5(1), 1–16.
- Hertin, R. D., Wijaya, H., Maghfuriyah, A., Anjara, F., Listiana, N., Nugroho, F., & Istiqomah, N. A. (2024). Entrepreneurship Dan Social Media Promotion Dalam Transformasi Digital 4.0 Di SMK Bina Rahayu. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 3(3), 331–336. <https://doi.org/10.59025/cj4ypm14>
- Mulyanto, K. P., Putri, F. M., & Febriana, P. (2025). Peran Instagram dan TikTok dalam Memperkuat Branding FBHIS UMSIDA Kharisma. *Jurnal Penelitian Dan Studi Ilmu Komunikasi*, 06(April), 35–47.
- Murtanti Putri, D., Jamilah Mihardja, E., & Mulyasari Agustini, P. (2020). Pendampingan Remaja di Kabupaten Kuningan Jawa Barat dalam Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Pelestarian Budaya. *Indonesian Journal of Social Responsibility*, 1(02), 69–76. <https://doi.org/10.36782/ijsr.v1i02.13>
- Nur Fitriyanti, D. (2023). Manajemen Media Sosial Sekolah Di Madrasah Tsanawiyah Muhammadiyah 2 Karanganyar. *Al-Idaroh: Jurnal Studi Manajemen Pendidikan Islam*, 7(1), 93–108. <https://doi.org/10.54437/alidaroh.v7i1.676>
- Nur Wachid Hidayatulloh, Dellia, P., & Aini, N. (2023). Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Sekolah Terintegrasi Media Sosial sebagai Media Promosi. *Jurnal Ilmiah Informatika*, 8(1), 1–12. <https://doi.org/10.35316/jimi.v8i1.1-12>
- Nurbawani, A. (2021). Strategi Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di Lembaga Pendidikan Baru Pada Era Marketing 4.0 (Studi Kasus di SMK BP Subulul Huda). *Southeast Asian Journal of Islamic Education Management*, 2(1), 52–73. <https://doi.org/10.21154/sajiem.v2i1.41>
- Nuzulita, N., Purwanti, E., Rosyidan, F. Y., Firdausi, F., Arrasyid, N. N., Husna, O. I., & Airlangga, U. (2022). Improving The Quality of Content on School Social Media as a Promotion Tool and School Branding in Surabaya. *Jurnal Layanan Masyarakat*, 6(2), 395–405.
- Peredy, Z., Vigh, L., Quingyu, W., & Muiyi, J. (2024). Analysing Generation Z Communication Attitudes, Values and Norms. *Acta Periodica*, 30, 4–19. <https://doi.org/10.47273/ap.2024.30.4-19>
- Prasetyo, W. G., & Ali, M. M. (2025). Promotion Strategy for Higher Education

Business Based on Customer Path 5A and Product Performance using Instagram Content Types International Journal of Management and Economics Promotion Strategy for Higher Education Business Based on Customer Path 5A a. *International Journal of Management and Economics Invention*, March. <https://doi.org/10.47191/ijmei/v11i3.04>

- Puspitasari, E. I., Abdillah, F., Verro, C., & Triyanto, J. (2025). *Strategi Komunikasi Akun Instagram @ temanbaik . rachelvennya dalam Kampanye Sosial “ Celengan Teman Baik ” Communication Strategy of the Instagram Account @ temanbaik . rachelvennya in the Social Campaign “ Celengan Teman Baik .”* 4(1), 18–37.
- Rahmadini, I. M., & Ayuningtyas, D. (2025). The Utilization of Instagram as a Health Education and Branding Media at Aysha Islamic Hospital. *Journal of Social Research*, 1041–1048.
- Solihah, Y. A., Asih, V., & Ulyah, D. A. S. (2024). Perancangan Media Promosi Digital Smk Cendekia Cirebon Sebagai Sarana Promosi dan Informasi PPDB. *Jurnal Grafis*, 2(2), 135–146.
- Taufik, I., Hidayat, R., Kurnia, D., & Putra, S. (2024). *Strategi Pengelolaan Konten Instagram @ laakfs dalam Memenuhi Informasi Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial*. 11(6), 7567–7573.
- Wahyuni, P. A., & Ernungtyas, N. F. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Public Relations di Sekolah Menengah Kejuruan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 10–16. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.35>
- Widiyati, E. N., & Prihantoro, E. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Smk Teratai Putih Global 3 Bekasi Melalui Media Sosial Instagram Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 20(01). <https://doi.org/10.47007/jkomu.v20i01.530>
- Wiraprasasta, A., Nugraha, B., & Wirasari, I. (2024). Efektivitas Konten Instagram Synchronize Festival 2023 dalam Meningkatkan Minat Pengunjung dengan Pendekatan Model AISAS. *Desain Komunikasi Visual Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 9(2), 213–234. <https://doi.org/10.25124/demandia.v9i2.7328>
- Yu, J., Hong, W. C. H., & Egger, R. (2024). The Art of Post Captions: Readability and User Engagement on Social Media. *Journal of Travel Research*, February. <https://doi.org/10.1177/00472875241228822>