

DAFTAR PUSTAKA

- Alaslan, & Amtai. (2023). Metode Penelitian Kualitatif. *Thesis Commons*.
<https://doi.org/10.31219/OSF.IO/SMRBH>
- Ahmad, K. R., Amir, L. S., & Hapiipi, M. (2024). Pengaruh media sosial terhadap pola komunikasi dan hubungan sosial dalam kalangan generasi Z. *Sanskara Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(02), 85-94.
- Arnando, F. A. D. (2023). Strategi Membangun Personal Branding Oza Rangkuti Melalui Konten Bahasa Abg Jaksel Di Media Tiktok (Studi Pada Akun TikTok @Podcastkeselaje).
- Dewi, M. S. R. (2024). Analisis digital branding pada akun media sosial Instagram @Umbulbrondong Klaten. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 6(2), 142-154
- Evadianti, Y. (2021). Branding produk Jafra pada media sosial Instagram. *Journal Media Public Relations*, 2(2), 62-72.
- Fithriya, Dwi N. L. "Capaian Unggahan Konten Akun Instagram Gembira Loka Zoo (Glzoo) Yogyakarta Terhadap Online Engagement Pada Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Sosiologi Reflektif*, vol. 15, no. 1, 2020, pp. 81-102, doi:10.14421/jsr.v15i1.1980.
- Ferbita, L. V., & Setianti, Y. (2020). Strategi digital branding Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) melalui media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna*, 16(2).
- Fellanny, P., & Paramita, S. (2023). Analisis Digital Branding pada Media Sosial Akun Instagram. *Prologia*, 7(1), 189-197.

Alfin Berkat Pratama Zai, 2026

ANALISIS POLA KOMUNIKASI DAN STRATEGI BRANDING AKUN INSTAGRAM @indonesian.institute DALAM MEMPEROLEH DAYA TARIK PUBLIK (Engagement)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id-www.libraryupnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

Hakim, H. I., Polin, I., & Irwansyah, I. (2024). Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi dalam Masyarakat 5.0. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(23), 287-300.

<https://web.unikom.ac.id/mengenali-potensi-bisnis-peran-media-Instagram-dalam-komunikasi-pemasaran/>

Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram. *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 24.

Nurman, M. A. (2022). Pengaruh Penggunaan Daya Tarik Pesan terhadap Customer Engagement Followers pada Caption Akun Instagram Netflix Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 16(2), 210-223.

Kriyantono, R. (2006). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana.

Kozinets, R. V. (2020). Netnography: The Essential Guide to Qualitative Social Media Research, Third Edition. Sage Publications.

Kapferer, J.-N. (2012). *Strategic brand management: Creating and sustaining brand equity long term* (4th ed.). Kogan Page Publishers.

Kusuma, D. A., Yendra, M., Bakhtiar, R., Takdir, M., & Handrina, E. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Pola Komunikasi Pemerintah Dan Masyarakat Dalam Era Digital. *Ekasakti Jurnal Penelitian Dan Pengabdian*, 5(1), 23-32.

McQuail, D., & Windahl, S. (2015). *Communication models for the study of mass communications*. Routledge.

- Puspitosari, R., & Lokananta, A. C. (2021). Peran media komunikasi digital pada pola komunikasi guru dan murid. *Avant Garde*, 9(1), 100.
- Rumengan, I., Koagouw, F. V., & Kalangi, J. S. (2020). pola komunikasi dalam menjaga kekompakkan anggota grup Band royal worship alfa omega manado. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(3).
- Razak, Sri A., et al. "Branding Danny Pomanto dalam Pemenangan Wali Kota Makassar 2020 melalui Instagram." *Jurnal Sosio Sains*, vol. 7, no. 1, 2021, pp. 62-71, doi:10.37541/sosiosains.v7i1.577.
- Rizky, I. F. (2024). Komunikasi Interpersonal Berbasis Lima Konsep Joseph DeVito Pada Toko Buah All Fresh Bogor Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia Учредителю: Infinite Corporation*, 4(2), 273-283.
- Setiawan, H., & Kartono, G. Analisis Penerapan Prinsip Layout, Tipografi, Warna, dan Gambar Pada Sampul Majalah “Dinamika” Analysis of The Application of The Principles of Layout, Typography, Color, And Images on the "Dinamika" Magazine Cover.
- Sari, W. P., & Irena, L. (2020). Komunikasi Visual Di Era Digital Melalui Pelatihan Fotografi. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 3(2).
- Salsabilla, F., Wolor, C. W., & Marsofiyati, M. (2024). Analisis Strategi Branding Public Relations untuk Meningkatkan Brand Awareness “Janji Jiwa”. *Kajian Administrasi Publik dan ilmu Komunikasi*, 1(4), 54-68.
- Sabila, R. F. (2025). Analisis Digital branding pada Media Sosial Akun Instagram Diskominfo Kota Sukabumi. *MUDABBIR Journal Research and Education Studies*, 5(1), 957-967.

- Saraswati, D. A., & Hastasari, C. (2020). Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co dalam Mempertahankan Brand Engagement. *Jurnal Biokultur*, 9(2), 152-171.
- Sakti, T. A., & Deslia, I. F. (2024). Analisis isi konten marketing akun Instagram @mop.Beauty dalam meningkatkan engagement followers. *Syntax Idea*, 6(9), 4023-4036.
- Usman, I. (2025). Komunikasi visual dalam branding: Peran desain grafis dalam membangun identitas merek. *Jurnal Pendidikan, Hukum, Komunikasi (J-DIKUMSI)*, 1(1), 14-25.
- Valdiani, D., & Puspanidra, T. (2020). Pola komunikasi dalam pemasaran brand Herways_ID. *Media Bahasa, Sastra, dan Budaya Wahana*, 26(2), 475-482.
- Widyasayogo, G. J., & Muljosumarto, C. (2024). Analisis pada Pembuatan Strategi Media Sosial Instagram untuk Meningkatkan Brand Activation pada Brand Freshchubs. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 24(1), 33-40.
- Zain, A. A., & Dwivayani, K. D. (2024). Penggunaan Instagram pada generasi z sebagai media komunikasi dalam membangun personal branding illustrator@ indah oei. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 5(1), 359-372.