

DAFTAR PUSTAKA

- Aisa, R., Cabeza, J., & Martin, J. (2023). Automation and aging: The impact on older workers in the workforce.
- Akbar, A. A., & Umer, S. (2023). Public relations marketing strategy in improving product brand image through Instagram (@Wings_indonesia). *STIAM Institute of Social Sciences and Management*.
- Anjely, S., Aziz, A. R., & Lestari, W. . (2023). Gambaran Intensitas Penggunaan Media Sosial Pada Lansia: Description Of Intensity Of Social Media Use In The Elderly. *Jurnal Keperawatan Tropis Papua*, 6(2), 56–61. <https://doi.org/10.47539/jktp.v6i2.353>
- Anyelia, E. D., & Jolenta, R. S. (2024). Pemberdayaan Lansia Uma Oma Cafe Sebagai Diferensiasi Pemasaran Menjadi Emotional Branding Rindu Kampung Halaman. *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2).
- Artis, A. (2011). Strategi komunikasi public relations. *Sosial Budaya*, 8(2), 184–197.
- Bank, A. D. (2023). *Indonesia longitudinal aging survey 2023*. <https://seads.adb.org/publication/indonesia-longitudinal-aging-survey-2023>
- BPHN. (2003). *UU No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan*. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/43013>
- BPHN. (2018). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2018 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1998 tentang Kesejahteraan Lanjut Usia*. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/43013>
- Badan Pusat Statistik. (2024, 31 Desember). *Statistik penduduk lanjut usia 2024*. BPS. <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/12/31/a00d4477490caaf0716b711d/statistik-penduduk-lanjut-usia-2024.html>
- Masrifah Cahyani, A. (2020). Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam Melayani dan Menggali Potensi Masyarakat Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 1–16. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.1-16>
- Creswell, J. W. (2013). Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. In *SAGE Publications*. (3rd ed.).
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2009). *Effective public relations* (9th ed.). Jakarta: Pearson Education India.
- Daymon, C., & Holloway, I. (2007). *Metode-metode riset kualitatif dalam public relations dan marketing communications*. Bentang Pustaka.
- Dense, A., & Hadi, A. S. P. (2022). Strategi *Public Relations* Chiki Twistâ€ Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 6(2), 63–72.
- Eyster, L. (2008). *Current strategies to employ and retain older workers*. Urban Institute.
- Feryanda, J. O., & Wijaya, L. S. (2024). Strategi Public Relations Dalam Membangun Brand Awareness Pada PT. Finfo Media Nusantara. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 7(1), 76–86.
- Fu, J. S. (2022). Understanding the internal and external communicative drivers of organizational innovativeness. *Communication Research*, 49(5), 675–702.

- Lailia, V. R., & Dwiridotjahjono, J. (2023). Penerapan strategi pemasaran digital melalui media sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan pada Arunazma.
- Maharani, A. J., & Setiawati, S. D. (2023). Penggunaan storytelling dalam pemasaran digital pelaku UKM perempuan.
- Mardatillah, M., Hidayat, M., Yuniar, E., Arsyad, A. A., & Syafiah, N. (2024). Pemberdayaan Disabilitas Melalui Inovasi Pemasaran Pada UMKM Inklusi Craft Kotamadya Balikpapan. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 326–340. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v4i3.16446>
- 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.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nagpal, K., & Srivastava, A. (2025). The Impact of Social Media on Food and Beverage Brands. *International Journal of Research Publication and Reviews*, 6(3), 6949–6955. <https://doi.org/10.55248/gengpi.6.0325.12110>
- Nugroho, A. (2020). Persepsi anak muda terhadap keberadaan lansia di indonesia. *Journal of Urban Sociology*, 2(2), 44–55.
- Nugroho, T. A., & Azzahra, F. C. (2022). Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi social commerce usaha BRO.DO. *Jurnal Pustaka Komunikasi*.
- Oliver, S. (2007). *Strategi Public Relations: Seri Praktik PR*. Erlangga.
- PMK, K. (2022). *Indonesia perlu bersiap hadapi aging population*. <https://www.kemenkopmk.go.id/indonesia-perlu-bersiap-hadapi-aging-population>
- Ramdan, A. K., Rismawan, F. R., Wiharnis, N., & Safitri, D. (2019). Pengaruh Akun Instagram @temandisabilitas_Id dalam Meningkatkan Kesadaran Followers Terhadap Difabel. *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*, 4(2). <http://dx.doi.org/10.33376/ik.v4i2.284>
- Ratsongko, D. W., & Alvin, S. (2023). Breaking Barriers: Inclusive Brand Awareness on KamiBijak’s Instagram. *Dinasti International Journal of Management Science*, 5(1), 34–43. <https://doi.org/10.31933/dijms.v5i1>
- Safarudin, R., Zulfamanna, Z., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). *Penelitian Kualitatif. Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3 (2), 9680-9694.
- Subekti, M. (2020). *Multicultural awareness, teknik cinemeducation, dan bibliotherapy*. Aksara Timur.
- Susilo, J. B., & Annafi, N. (2025). Public relations content strategy innovation for regional head image in the digital era of East Java. *Dr. Soetomo University*.
- Tamara, J., & Setyanto, Y. (2019). *Strategi Public Relations dalam Membangun Brand Image Jamu (Studi pada Suwe Ora Jamu Kedai Jamu & Kopi)*. *Prologia*, 2 (2), 377.
- The Global Statistics. (2025). *Indonesia social media statistics*. <https://www.theglobalstatistics.com/indonesia-social-media-statistics/>
- Umbara, F. W. (n.d.). User generated content di media sosial sebagai strategi promosi bisnis. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*.
- Wang, T.-C., Ghali, M., & Porter, G. A. (2017). Marketing public relations strategies to develop brand awareness of coffee products. *Science Journal of Business and Management*, 5(3), 116–121.

- Wardhani, D. E., & Salim, A. (2024). Peran Strategis Pemerintah dalam Pemberdayaan Lansia di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(2), 349–360.
- Wonneberger, A., & Jacobs, S. (2016). Mass media orientation and external communication strategies: Exploring organisational differences. *International Journal of Strategic Communication*, 10(5), 368–386.
- Zote, J. (2025, February). 26 Instagram stats you need to know for 2025. Sprout Social. <https://sproutsocial.com/insights/instagram-stats/>