

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Sugiyono, (2017). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Bandung: Alfabeta.
- Moleong, L. (2010). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Martono, N. (2011). Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: PT Raya Grafindo Persada.
- Shimp, Terence. (2014). Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi. Jakarta: Salemba Empat.
- Kartajaya, Hermawan. (2010). Brand Operation. Jakarta: Erlangga Group.
- Handayani, Desy, Hermawan Kartajaya, Andrizal, Anthony Darmaja, Ryan Fachry Nasution, Ardhi Ridwansyah, (2010), Brand Operation. Jakarta : Esensi Erlangga Group
- GM Susanto, (2017), The Power of Digital Marketing, Jakarta : PT Elex Media Kaputindo.
- Ariel Heryanto, (2012). Budaya Populer Di Indonesia Mencairnya Identitas Pasca-Orde Baru, Yogyakarta: Jalasutra.
- Rahma Sugihartati, (2017). Budaya Populer dan Subkultur Anak Muda: Antara Resistensi dan Hegemoni Kapitalisme di Era Digital, Surabaya: Airlangga University Press.
- Rachmah Ida, (2019). Budaya Populer Indonesia: Diskursus Global/Lokal dalam Budaya Populer Indonesia, Surabaya: Airlangga University Press.

Jurnal

- M Rizky Kertanegara, (2019). Strategi Komunikasi Visual Online Akun Instagram @Rindujabarjuara Pada Pilkada Jawa Barat 2018. *Jurnal Comnews, Vol. 5, No. 1.*
- Atria Nuraini Fadilla, Achmad Syarief, Ifa Safira Mustikadara. (2014). Strategi Komunikasi Visual Kegiatan *Window Farming* Sebagai Alternatif Berkebun Lahan Sempit Pada Hunian Vertikal. *Jurnal Sosioteknologi, Vol. 13, No. 3.*
- Mareta Putri Rahastine. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Ayam Geprek Mbu Cici Melalui Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi. *Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika, Vol. 18, No. 2.*
- Gan Gan Giantika. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Zoya Melalui Instagram @zoyalovers (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @zoyalovers). *Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika, Vol. 11, No. 1.*
- Jatayu Hadi Prakoso, Yudha Febri Al Paksi (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Pada PT. Yoghurt Cimory Jakarta Dalam Membangun Ekuitas Merek Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Akrab Juara, Vol. 4, No. 3.*
- Stacey L. Dogan Dan Mark A. Lemley. (2013). Parody as Brand. Vol. 47:473. University of California.
- Monica Revias Purwa Kusuma, Aji Susanto Anom Purnomo. (2020). *Emotional Branding* Dalam Strategi Pemasaran Kolaborasi : Studi Kasus Desain Kemasan Mizu “Khong Guan Face Palette”. *Jurnal Mudra Seni Budaya. Vol. 35, No. 3.*