

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, H. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Anam, K. (2022, 01 Okt). Di Lيفةatflip, Cerita *Head of People Flip* atas Penghargaan HR. *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20221003084507-37-376657/di-lifeatflip-cerita-head-of-people-flip-atas-penghargaan-hr>.
- Amelia, A. (2018). *Employer Branding: When HR Is The New Marketing*. Jakarta: Buku Kompas.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Brogan, C. (2010). *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Callista, F. (2022, April 20). *Tidak Hanya Pencari Kerja, tapi HR Juga Kesulitan Mencari Pekerja* Artikel ini telah tayang di *Kompas.com* dengan judul "*Tidak Hanya Pencari Kerja, tapi HR Juga Kesulitan Mencari Pekerja*", *Klik untuk baca: <https://money.kompas.com/read/2022/04/20/070000126>*. Retrieved from *Kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2022/04/20/070000126/tidak-hanya-pencari-kerja-tapi-hr-juga-kesulitan-mencari-pekerja?page=all>*
- Clow, K., & Donald, E. (2016). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. University of Louisiana .
- Colbert, A., Yee, N., & George, G. (2016). *The Digital Workforce And Workplace Of The Future*.
- Cresswell, W. (2013). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Effendy, O. U. (2015). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditia Bakti.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif . *Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1).
- Femina. (2013, Oktober 2013). *Ciri Khas Gen Y*. Diambil kembali dari <http://www.femina.co.id/article/ciri-khas-gen-y>

- Hu, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2014). *What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types. Eighth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, 8(1). DOI: <https://doi.org/10.1609/icwsm.v8i1.14578>
- Handayani, F., & Adelvia, K. (2020). *Instagram Tourism: Menciptakan Hype Pada Destinasi Wisata (Studi Pada Akun @IndoFlashlight)*. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 24 (2).
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). *Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(1).
- IDN Media Research Institute (2022). *Indonesia Millennial Report 2022*. <https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-millennial-report-2022.pdf>
- Jenner, S., & Taylor, S. (2009). *Employer Branding-Fad Or The Future Of HR?. Manchester Metropolitan University Business School*.
- Kapoor, C., & Solomon, N. (2011). *Understanding And Managing Generational Differences In The Workplace*. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 3(4).
- Kaspersky. (2020). *Securing The Future Of Work*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Pearson: Education, Inc .
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Maliki, V. L. (2020). *Penerapan Rencana Aksi Employer Branding Dalam Media Sosial Instagram Akun @Kami.Unilever Dari PT. Unilever Indonesia, Tbk*.
- Meyrin, L., Lengkey, E., Kawengian, D., & Marentek, E. (2014). *Peranan Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Pengguna Iklan Di Harian Komentor Manado*. *Journal "Acta Diurna"*, 3(1).
- Miller, J. (2011). *The Generation X Report: Active, Balanced, And Happy: These Young Americans Are Not Bowling Alone. Longitudinal Study Of American Youth*.

- Moeleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sositeknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Palupi, D. H. (2022, 15 Sep). Flip: Melesat, Memikat Talent Milenial. *SWA Business Champion*.
<https://swa.co.id/business-champions/flip-melesat-memikat-talent-milenial>.
- Satyo, F. (2009). *Intellectual Capital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sokro, E. (2012). *Impact of Employer Branding on Employee Attraction and Retention*. *European Journal of Business and Management*. 4(8).
- Solis, B. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build Cultivate and Measure Success on The Web*. New Jersey John Wiley & Sons.
- Sudarman, A. (2018). Penerapan Komunikasi untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat dalam Membayar Zakat Maal. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1). DOI: <https://doi.org/10.15575/cjik.v2i1.5056>
- Sullivan, J. (2004). *Eight Elements Of A Successful Employment Brand*.
- Suswanto, P., & Setiawati, S. D. (2020). Penerapan Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning Ditengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Linimasa : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2). DOI: <https://doi.org/10.23969/linimasa.v3i2.2754>