

DAFTAR PUSTAKA

JURNAL

- Amalia, C. D., & Lubis, E. E. (2020). Pengaruh *content marketing* di Instagram stories @lcheesefactory terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 7(1), 1-11.
- Baltes, L. P. (2015). Content marketing-the fundamental tool of digital marketing. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Series V: Economic Sciences*, 111-118.
- FARIHA, H. I. (2020). PENGARUH IMPLEMENTASI STRATEGI CONTENT MARKETING TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT DI ERA DIGITAL MARKETING (Studi Kasus Pemasaran Omni channel Pada PT. Guardia Teknologi Indonesia/Jubelio) (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA).*
- Gunawan, A. I., Amalia, F., Senalajari, W., & Gaffar, V. (2021). Pengukuran Aktivitas Pemasaran pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2), 133-142. (4)
- Hutabarat, P. M. (2021). *Podcast dan personal branding: potensi podcast sebagai media untuk membangun personal brand pelaku UMKM dengan pendekatan content marketing. Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 4(1), 1. (13)
- Khairani, Z. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Online (Studi–Membangun Brand Awareness Melalui Content Marketing Store Markaz Kaos Kaki) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry)*
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving From Traditional to Digital*. Wiley.

Kusuma, L. (2022). STRATEGI CONTENT MARKETING PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DI ERA NEW NORMAL (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram@ kanakomputer) (Doctoral dissertation, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA).

Lexy J. Moleong, Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2005), Hal. 4.

Meisyaroh, S. (2013). *Determinisme Teknologi Masyarakat Dalam Media Sosial. jurnal komunikasi dan bisnis, 1. (2)*

OLIVIA, M. (2022). PEMANFAATAN INSTAGRAM@ DKKSEMARANG SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI BENCANA DALAM PENANGANAN COVID-19 DI KOTA SEMARANG (MARET-DESEMBER 2020) (Doctoral dissertation, Universitas Katholik Soegijapranata Semarang).

Pertiwi, D., & Gusfa, H. (2018). Pengaruh Content Marketing Terhadap Pembentukan *Brand Awareness* Pada Kalbis Institute. *Jurnal Media Kom,* 8(2), 45-57.
<https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/918474> (6)

Pratama, R. B. (2019). Realisasi Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai Yang Dipengaruhi Oleh Pencairan Tunggal Pajak Atas Penagihan Pajak Dan Jumlah Pengusaha Kena Pajak (Studi Kasus Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bandung Cibeunying Tahun 2014-2017) (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).

Sa'diya, L. (2017). Strategi Promosi Di Media Sosial Instagram Terhadap Kesadaran Merek Di Era Generasi Z. *Competence: Journal of Management Studies,* 11(2), 186–195.
<https://doi.org/10.21107/kompetensi.v11i2.3530> (10)

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.

SULISTIORINI, T. (2020). *Pengaruh Content Marketing terhadap Brand Awareness Sociolla (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i Universitas Negeri Jakarta)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA). Diakses dari <http://repository.fe.unj.ac.id/9233/>.(5)

Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi pemasaran melalui media sosial instagram (studi deskriptif pada akun@ subur_batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271-278. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v2i2.4387> (11)

Veronica, E., & Oktafani, F. (2021). Pengaruh Digital Marketing Podcast Terhadap *Brand Awareness* Teman Tidur Podcast. *eProceedings of Management*, 8(1).

Warnaen, A., Solichah, J. M., & Prasetyo, H. (2023). Content Marketing Instagram untuk Membangun *Brand awareness* Produk Susu. *Agritech: Jurnal Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, 25(1), 17-27.

Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M., & Farla, W. (2021). *Pembuatan Content Marketing sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness bagi Pelaku Usaha di Era Pandemi Covid-19*. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(2), 89-96. (12)

E-BOOK

Durianto, D. (2004). *Brand equity ten strategi memimpin pasar*. Gramedia Pustaka Utama.

Usman, H. (2009). *Metodologi penelitian sosial*, Hal. 41.

WEBSITE

“*Digital 2024 Global Overview Report*”,
<https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>, 04 Maret 2024,
15.32 WIB. (3) (7) (15) (16)

“*Harold D. Lasswell - Communication Theory - iResearchNet*”,
<https://communication.iresearchnet.com/communication-theory-and-philosophy/harold-d-lasswell/>, 04 Maret 2024, 11.10 WIB. (1)

“*Instagram Revenue and Usage Statistics (2024)*”,
<https://www.businessofapps.com/data/instagram-statistics/>, 09 Maret 2024,
10.10 WIB. (9)

“*Podcast Keuangan Terbaik 2024*”, https://financer.com/id/blog/podcast-keuangan/#Daftar_Podcast_Keuangan_Terbaik_fn_date_formatY_, 02 Juni 2024,
14.07 WIB. (17)

“*Podcast Story Telling, Cara Baru Promosi Sejarah dan Budaya*”,
<https://www.radarbangsa.com/news/25680/podcast-story-telling-cara-baru-promosisejarah-dan-budaya>, 09 Maret 2024, 15.24 WIB. (14)

Sabiila, S. I. (2022, Maret Rabu). *Kasus Corona Pertama di Indonesia, Ini Kilas Balik Usai 2 Tahun Berlalu* Baca artikel detiknews, "Kasus Corona Pertama di Indonesia, Ini Kilas Balik Usai 2 Tahun Berlalu" selengkapnya <https://news.detik.com/berita/d-5964691/kasus-corona-pertama-di-indones>. Diambil kembali dari detiknews: <https://news.detik.com/berita/d-5964691/kasus-corona-pertama-di-indonesia-ini-kilas-balik-usai-2-tahun-berlalu>

“*40+ Statistik & Tren Instagram [Pembaruan 2024]*”,
<https://www.websiterating.com/id/research/instagram-statistics/#references>, 04 Maret 2024, 20.57 WIB. (8)

*“7 Rekomendasi Podcast Keuangan untuk Kestabilan Finansialmu”,
<https://www.noice.id/info-terbaru/rekomendasi-podcast-keuangan/>, 02 Juni 2024,
14.07 WIB. (17)*