

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Penelitian Dalam Perspektif Pendekatan Kualitatif*. Makassar: CV Syakir Media Press.
- APJII. (2024, Februari 7). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Retrieved from Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia: <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Asyari, H. (2024). *Metode Penelitian Naratif (Konsep, Paradigma, dan Desain Penelitian Partisipatoris)*. Litnus.
- Avella, D. (2020). Brand Storytelling : What is it? In M. Rodriguez, *Brand Storytelling : Put Customers at The Heart of Your Brand Story* (p. 23). Canada: Kogan Page.
- Chakti, G. (2019). *The Book of Digital Marketing : Buku Pemasaran Digital*. Celebes Media Perkasa.
- Enrquez, R. (2011). *Tell Me a Story and I Will You Like Your Brand More*. Hanken Research Information System.
- Fathurrahman, H. (2022, September 22). *Pebisnis Muda Indonesia 2022 (Rizky Arief Dwi Prakoso-HMNS)*. Retrieved from Interaktif Tempo: <https://interaktif.tempo.co/proyek/pebisnis-muda-indonesia-2022/rizki-hmns.html>
- Fauzani, P. (2023, Desember 3). *Fenomena Cantik Industri Kosmetik*. Retrieved from Portal Informasi Indonesia: <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7804/fenomena-cantik-industri-kosmetik?lang=1>
- Febriari, S. (2023, Agustus 14). *90 Persen Bahan Baku Parfum Dunia Berasal dari Indonesia*. Retrieved from Metro TV News: <https://www.metrotvnews.com/play/kqYCELWB-90-persen-bahan-baku-parfum-dunia-berasal-dari-indonesia>
- Fisher, W. (2014). Communication Theory. In West, & Turner, *Communication Theori : Paradigm Narrative, Analysis* (pp. 45-46).
- Gerald, F. (2024, November 30). *Bukan Modal, Tantangan Terbesar Pertumbuhan Brand Lokal Ternyata Kualitas Sumber Daya Manusia*. Retrieved from Liputan 6: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5468097/bukan-modal-tantangan-terbesar-pertumbuhan-brand-lokal-ternyata-kualitas-sumber-daya-manusia>
- Griffin, E. (2014). In *A First Look at Communication Theory Eighth Edition* (p. 308). New York: MCGraw Hill.
- Griffin, E. (2014). *A First Look at Communication Theory*. New York: MCGraw Hill.
- Juidah, I., Suwandi, S., & Rohmadi, M. (2023). *Apresiasi Prosa Fiksi: Teori dan Penerapannya*. Jakarta: Selat Media.
- Keller, & Kotler. (2012). *Marketing Management*.

- Leitbag, A. (2014). *The Digital Crown*. Morgan Kaufmann.
- Lexi, M. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Meigitaria, S. (2024). Friendster 'Nenek Moyang' Media Sosial Balik Lagi, Gen Z Tertarik? *Jurnal Komunikasi Program Studi Komunikasi*.
- Neuroscience, N. C. (2017, Maret). *When Emotions Give a Lift to Advertising*. Retrieved from Nielsen.com: <https://www.nielsen.com/id/insights/2017/when-emotions-give-a-lift-to-advertising/>
- Nureaeni, R., & Puspitarini, D. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3.
- Pranata, D. (2021, Februari 28). *Menyampaikan Pesan Melalui Cerita - Tips Storytelling*. Retrieved from David-Pranata.Com: <https://david-pranata.com/menyampaikan-pesan-melalui-cerita/>
- Priskila, A. M., Ardhiani, O., & Arifah, P. (2024). Pembentukan Personal Branding melalui Storytelling (Studi Kasus: Pada Akun Instagram Ivy Wijaya). *Broadcomm*, 13-24.
- Riyanto, A. D. (2024, Februari 21). *Data Digital Indonesia 2024*. Retrieved from Hootsuite (We Are Social) : <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>
- Robert, Y. (1989). *Case Study Research Design and Methods*. Washington DC: COSMOS Corporation.
- Robin, B. (2016). The Educational Uses of Digital Storytelling. Association for The Advancement of Computing in Education.
- Sakina, P. (2023, September 8). *Cerita di Balik Parfum Maliq & D'Essentials "Untitled Humans"*. Retrieved from Antara News: <https://www.antaraneews.com/berita/3717084/cerita-di-balik-parfum-maliq-and-dessentials-untitled-humans>
- Sambuno. (2023, January 26). *Storytelling Techniques for your Marketing Strategy*. Retrieved from Sambuno Marketing Journal Communication: <https://www.sambuno.com/storytelling-techniques-for-your-marketing-strategy/>
- Sobur, A. (2014). In *Komunikasi Naratif* (p. 215). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sobur, A. (2014). *Komunikasi Naratif*. Bandung: Remaja Rosdakaarya.
- Sugandi, & Kusuma. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital yang Dilakukan oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3.
- Sulton, M. (2017). Studi Paradigma Naratif Walter Fisher pada Aktivitas Nongkrong di Kalangan Remaja Madya. 32.
- Syahputra, I. (2017). *Paradigma Komunikasi Profetik: Gagasan dan Pendekatan*. Bandung: Simbosa Rekatama Media.