

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social media marketing Step-by-Step Techniques to Spread the Word About Your Business Fast and Free*. United States: Mc Graw Hill.
- Keller, K. L., Parameswaran, M. G., & Jacob, I. (2015). *Strategic Brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. Pearson Education India.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D: Vol. vii* (Sugiyono (ed.)). Alfabeta.

Jurnal

- Afrilia, A. M. (2018). DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN “WAROENK ORA UMUM” DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 147–157. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v1i1.21>
- Bambang, A. (2014). PERIODE PERKEMBANGAN MEDIA MASSA PERIOD OF MASS MEDIA DEVELOPMENT (An Overview). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 18(1), 119–132. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jskm/article/view/180107>
- Buana, A. W., Azizah, N., Pratami, R., & Margaretha, L. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WAROENG SS DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS KONSUMEN MELALUI INSTAGRAM. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 11(1), 58–68. <https://doi.org/10.31506/jrk.v11i1.8434>
- Dewi, S. T., Oxygentri, O., & Arindawati, W. A. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BITTERSWEET BY NAJLA DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Hummanioramania*, 6(2), 438–443. <https://doi.org/10.31604/jim.v6i2.2022.438-443>
- Dhiman, B. (2023). Journal of Media & Management. *Journal of Media & Management*, 5(1), 1–4.
- Fardhani, R. N. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK MENARIK MINAT BELI PRODUK UMKM CAMILAN SEBLAK PEDAS CERIA DI DESA BONO SEDATI GEDE. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Fatmawati, Y., & Ariyani, N. (2023). Strategi Marketing communication Brand Startup “Jujung” dalam Meningkatkan Awareness. *Ijd-Demos*, 5(1), 97–109. <https://doi.org/10.37950/ijd.v5i1.388>
- Hadi, I. P., Wahjudinata, M., & Indrayani, I. I. (20 C.E.). *Komunikasi Massa* (Q. M. Tim (ed.); 1st ed., Issue 1). CV Penerbit Qiara Medika.
- Maharani, D., & Yuliasari, I. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT GLOBAL DIGITAL NIAGA DALAM MENINGKATKAN BRAND

- AWARENESS MELALUI INSTAGRAM @BLIBLI.COM. *Jurnal Ilmu Komunikasi Citra*, Vol. 8(No. 2), 42–48.
- Mardiyanto, R., & Muttaqien, M. (2023). Strategi Promosi Portal Berita Online Serayunews Dalam Membangun *Brand awareness*. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 15(1), 1–26.
- Meifitri, M., & Susanto, E. (2020). Perubahan Dari Media Lama Ke Media Baru: Telaah Transformasi Platform Multimedia. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 9(1), 302–311.
<https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/7390>
- Pradana Wahyudiputra, R. F., & Setiawati, S. D. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM INDOMARET DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS*. *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR)*, 1(2), 125–134. <https://doi.org/10.25124/ijdpr.v1i2.5515>
- Pudrianisa, S., & Ali Topan, M. (2023). Komunikasi Pemasaran Studio Lunanuova dalam Membangun *Brand awareness*. *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 5(2), 253–260. <https://doi.org/10.24076/pikma.v5i2.1066>
- Putri, V. N., & Paramita, S. (2023). Strategi Komunikasi Perusahaan Fashion di Sosial Media dalam Meningkatkan *Brand awareness*. *Kiwari*, 2(2), 303–309. <https://doi.org/10.24912/ki.v2i2.24020>
- Thomsen, E., & Setyanto, Y. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital dalam Membangun *Brand awareness* (Studi Kasus pada Venom Indonesia). *Kiwari*, 2(2), 251–256. <https://doi.org/10.24912/ki.v2i2.24007>
- Toreh, C. E., Gantini, T., & Sujadi, S. F. (2023). Analisis *Brand awareness* Pada Browns