

DAFTAR PUSTAKA

- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A. T. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1), 79–95. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00695-1>
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan strategi komunikasi* (2nd ed.). RajaGrafindo Persada.
- Clarinta, L. K., & Samsudin, A. (2024). Dampak Kolaborasi Media Partner Pada Brand Awareness: Studi Kasus Food Hack Campaign Untuk Brand Moon Chicken. *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*, 3(02), Article 02.
- Dava, A. M., Wibowo, A., & Sutabri, T. (2023). Analisis Pemasaran Online Produk MYSNDWCH Menggunakan Metode Earned Media. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 4(1), 28 - 37. <https://doi.org/10.47747/jismab.v4i1.1052>
- KEMNAKER. (2021) *Proyeksi Kebutuhan Tenaga Kerja di Perusahaan Berdasarkan Kompetensi pada Sektor Teknologi Informatika dan Komunikasi*.
- Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Indonesia—DataReportal – Global Digital Insights*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Luttrell, R. (2018). *Social media: How to engage, share, and connect*. Rowman & Littlefield.
- Martha, Z. (2021). Penggunaan Fitur Media Sosial Instagram Stories Sebagai Media Komunikasi | *Jurnal Komunikasi Nusantara*. <https://jkn.unitri.ac.id/index.php/jkn/article/view/67>
- Meilinda, D., Dharta, F. Y., & Oxcygentri, O. (2022). Pengaruh Integrated Marketing Communication terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Burger King Galuh Mas Karawang. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 3268-3278.
- Novrian, A., & Rizki, M. F. (2021). *Integrated Marketing Communication Kedai*

- Sodare dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Medium: Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas*, 81-91.
- Orefice, C. (2018). Designing for events – a new perspective on event design. *International Journal of Event and Festival Management*, 9(1), 20–33. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-09-2017-0051>
- Perfecteleale, F., Purnomo, D., & Cristin Harnita, P. (2023). Analisis Efektivitas Social Media Presence dalam Meningkatkan Brand Awareness Kopi Babah Kacamata | Perfecteleale | Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/15700/pdf>
- RevoU. (n.d.). *Apa itu Reels? Pengertian dan contoh 2023*. RevoU. Retrieved March 2, 2024, from <https://revou.co/kosakata/reels>
- Saraswati, D. A., & Hastasari, C. (2020). Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co Dalam Mempertahankan Brand Engagement. *Biokultur*, 9(2), Article 2. <https://doi.org/10.20473/bk.v9i2.22980>
- Silviani, I., & Darus, P. (2021). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MENGGUNAKAN TEKNIK INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC)*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Sulaeman, D., Novia, R., & Devita Fanny, A. S. (2024). PENERAPAN INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION GALERI WIRDA PONDOK UNGU BEKASI | DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah. <https://ejournal.unis.ac.id/index.php/DK/article/view/4763>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson.