

DAFTAR PUSTAKA

- Blakeman, R. (2023). *Integrated Marketing Communication: Creative Strategy from Idea to ...* - Robyn Blakeman—Google Books.
- 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>
- Montgomery, C. A. (2008). How strategists lead. *Business Review*, 86(1), 54-60.
- Kasunic, M. (2005, September). Designing an effective survey.
- 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>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Lee, W. X. (2024). *Event management system for career fair* (Doctoral dissertation, UTAR).
- 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., & Oxygentri, 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.
- Octaviani, R., & Sutriani, E. (2019). ANALISIS DATA DAN PENGECEKAN KEABSAHAN DATA. OSF. <https://doi.org/10.31227/osf.io/3w6qs>
- 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>
- Sharma, P., Sadh, A., Billore, A., & Motiani, M. (2022). Investigating brand community engagement and evangelistic tendencies on social media. *Journal of Product & Brand Management*, 31(1), 16-28.
- 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>
- Taruna Liar. (2024). *Tentang Program Taruna Liar 2024*. [Dokumen Daring]. Diakses dari https://tr.ec/GNe4_CMzKE
- Usman, H. (2021). *Administrasi, Manajemen, dan Kepemimpinan Pendidikan: Teori Dan Praktik*. Bumi Aksara.