

DAFTAR PUSTAKA

- 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*.
- Aditya, D. (2024, Agustus 14). *Anak-anak Muda Semarang Stop Malas, Dinas Perindustrian: Kunci Berhasil Kreatif dan Punyai Inovasi*. Retrieved from RMOL JATENG: <https://www.rmoljawatengah.id/anak-anak-muda-semarang-stop-malas-dinas-perindustrian-kunci-berhasil-kreatif-dan-punyai-inovasi>
- 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.

- 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.
- Shafa, G., & Ayuningrum, N. G. (2024). Peran Social Media Specialist dalam Meningkatkan Brand Awareness di PT Kencana Maju Bersama. *Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (SEMAKOM)*, 127-135.
- Mona, N., & Pramulia, R. R. (2023). PERAN COPYWRITER DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS SARIMI PUASS DI INSTAGRAM. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 109-120.
- Priyandhini, B., & Mursyid, L. F. (2021). PERAN DIGITAL MEDIA PLANNER DALAM MENANGANI BRAND CHOCOLATOS MILK MEMALUI APLIKASI TIKTOK DI DENTSU X. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 12-19.
- Mona, N., & Pramulia, R. R. (2023). PERAN COPYWRITER DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS SARIMI PUASS DI INSTAGRAM. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 109-120.
- Rahmat, F. N., Putri, I. A., Fitrianto, A., & Nugroho, D. S. (2023). Penyusunan Strategi Sosial Media Marketing Pada Kedai Libong Coffee. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 789-798.
- Ban, N. O., Langging, Y. S., Idor, S., Mari, M. M., Koloman, C., & Jando, E. (2025). Optimalisasi Digitalisasi Pemasaran Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm Mindari Kupang. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4097-4107.

- Az-Zahra, A. R. (2023). *NALISIS IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN ARTOTEL GAJAHMADA SEMARANG*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Yusianti, F. R. (2023). PENGARUH SPONSORSHIP DAN MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM) TERHADAP BRAND AWARENESS PADA TRY OUT ONLINE NASIONAL UTBK SNBT 2023. *ASIK: Jurnal Administrasi, Bisnis, Ilmu Manajemen, & Kependidikan*, 72-84.
- Nabila, N. F., & Winarti, O. (2023). Penerapan Digital Marketing Dan Peran Content Creator Pada Media Sosial Guna Meningkatkan Brand Awareness PT. Otak Kanan Surabaya. *JIPM: Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 136-146.
- Sundari, S., Silalahi, V. A., & Siahaan, R. S. (2024). Komunikasi Interpersonal dalam Membangun Harmoni dan Produktivitas di Tempat Kerja. *Jurnal Cakrawala Akademika (JCA)*, 419-438.
- Venturamadhani, F. V., & Judisseno SE, M.Si, PhD, K. R. (2022). KEGIATAN SPONSORSHIP EVENT MARKET MUSEUM SEBAGAI MEDIA MARKETING OLEH PT TFG TRAVELING ASIA. *Seminar Nasional Riset Terapan Administrasi Bisnis & MICE X*, 318-324.
- Bangsawan, A. (2021). REPRESENTASI BUDAYA JAWA PADA FILM ANIMASI "KNIGHT KRIS". *ARTIKA*, 53-64.
- Rengganawati, H., Marlina, M., & Sriharyati, S. (2023). Strategi Promosi Digital Fore Coffee Dalam Menciptakan Brand Awareness Fore Flagship Store Surabaya. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 165-174.
- Diniati, A., Sutarjo, M. A., & Primasari, I. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Pemasaran Digital bagi Pelaku UMKM Kabupaten Sumedang. *JURNAL ALTIFANI*, 553-561.