

DAFTAR PUSTAKA

- Chayadi, S. A., Loisa, R., & Sudarto, S. (2021). "Strategi Marketing Public Relations Kopi Kenangan Dalam Membangun Brand Awareness". *Jurnal Ilmu Komunikasi. Prologia*, 5(10), 175-183. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.10112>
- Dindasari & Sukawati. (2022). "Peran Brand Awareness Memediasi Social Media Marketing Terhadap Niat Beli Sepatu Nike di Kota Denpasar". *Jurnal Manajemen*, 11(10), 1792-1812. DOI:10.24843/ejmunud.2022.v11.i10.p03
- Hakim, H., Maura, G., Polin, I., & Irwansyah, I. (2024). "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Bagi Kalangan Generasi Z". *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(24.2), 489-50. DOI:10.5281/zenodo.14587494
- Humas Indonesia. (2024). "Kenali 4 Tingkatan Brand Awareness". https://www.humasindonesia.id/berita/mengenal-4-level-brand-awareness-1533?utm_source
- Kurniawan, F., Srigati, B., & Rahmayanti, D. R. (2022). "Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Pada Akun Instagram @enowcustom. *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 27-37. <https://doi.org/10.35842/massive.v2i1.65>
- Lestari, N., & El Fikri, M. (2025). "Implementasi Strategi Digital Marketing Melalui Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness Umkm Cemilan Kanaya". *IKRAITH-EKONOMIKA*, 8(2), 633-643. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITHEKONOMIKA/article/download/4932/3775>
- Munanjar, A., Haikal, A., & Kusnadi, E. (2022). "Peran Penulis Naskah Dalam Produksi Program News Magazine Tiktok Wow Di NET TV". *Jurnal Media Penyiaran*, 2(2), 121-125. https://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jmp/article/view/1721?utm_source
- Ningrum Resmawa, I., Masruroh, S., & Maulida, S. (2024). "The Effectiveness Of Branding Campaigns On Social Media". *Jurnal Manajemen*, Vol. 3 No. 2. https://myjournal.or.id/index.php/JOM/article/view/217?utm_source

- Octaviana, E., Zahara, Z., Ponirin, P., & Farid, F. (2024). "Peran Content Marketing Instagram Sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness Pada Usaha Springshop_Plw". *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 289-304. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i3.4432>
- Park, J., & Kim, J. (2020). Understanding brand image from consumer-generated hashtags. *Journal of Product & Brand Management*, 29(3), 1–15. <https://doi.org/10.1108/JPBM-02-2019-2264>
- Rohmah, N. U., & Uslinawati, U. (2024). "Peran Public Relations Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada Ms Glow Beauty". *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 112-123/ <https://doi.org/10.31940/komunikasi.v13i2.3476>
- Suryani et al. (2022). "Efektivitas Instagram Reels Dalam Membangun Brand Awareness". *Jurnal Komunikasi Vol. 5 No. 2* <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/PERSEPSI/article/view/11551/0>
- Sutanto, A., Pratama, R., & Wijaya, S. (2022). "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Peningkatan Engagement Pada UMKM Di Kemanggisan". *Jurnal Komunikasi dan Bisnis Digital*, 5(2), 115-126. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i3.183>
- Susilo, J. I., & Iswanto, R. (2023). "Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Brand Awareness Parvis Production". *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 7(02), 81-92. <https://jurnal.asia.ac.id/index.php/jeskovsia/article/view/923>
- Talib, N. R. Z., & Sari, M. N. (2024). "Analisis Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Peningkatan Brand Awareness Pada Umkm Kota Tangerang Selatan Di Era Digital". *Jurnal Ekonomi Akuntansi Manajemen Agribisnis* 2(2), 87-96. <https://jurnal.faperta-unras.ac.id/index.php/JUREKMA/article/view/318>
- Winda Kustiawan, Nurlita, A., Siregar, S. A., Ardianti, I. Hasibuan, M.R., & Agustina, S. (2022). "Media Sosial dan Jejaring Sosial". *Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 2(1), 26-30. <https://ummaspul.e-journal.id/RMH/article/view/4989>