

DAFTAR PUSTAKA

- Agil, Agil Tri Albari. "Strategi Komunikasi Pemasaran Industri Kreatif Fotografi dalam memanfaatkan Media Digital (Analisis Pada Diary Photography Dalam Menghadapi Persaingan Industri)." *Lentera Jurnal Manajemen* 2, no. 2 (2024).
- Aini, Halimah Nur Churil, Meydina Tri Luvianasari, Maris Jennet Landicho, dan Selvia Deva Saputri. "Analisis Tren Lifestyle 'Skena' Dalam Kerangka Sosial Budaya Pada Era Modern." *Jurnal Insan Pendidikan dan Sosial Humaniora* 2, no. 2 (2024): 202–16.
- Anggraini, Indri, dan Prima Mulyasari Agustini. "Tiktok sebagai Mesin Viralitas: Studi Tren Boost Juice di Kalangan Gen Z Jabodetabek." *Economic Reviews Journal* 4, no. 3 (2025): 1028–42.
- Aprilianawati, Novia, dan Sang Ayu Made Adyani. "Analisis asuhan keperawatan dengan intervensi inovasi deep tissue massage terhadap penurunan tekanan darah pada lansia dengan hipertensi di RW 05 Kelurahan Limo Depok." *Jurnal Keperawatan Widya Gantari Indonesia* 5, no. 1 (2021).
- Arbina, Satria, Sulyana Dadan, dan Arizal Muthahir. "Skena dalam Perspektif Mahasiswa FISIP Unsoed." *Jurnal Penelitian Inovatif* 4, no. 4 (2024): 1879–90.
- Cahyani, Anis, Desi Hasbiyah, dan Ali Alamsyah Kusumadinata. "Social Media Marketing UKM Chika Furniture Melalui Instagram." *Karimah Tauhid* 1, no. 4 (2022): 409–19.
- Dermawansyah, Muhammad, dan Reza Muhammad Rizqi. "Analisis strategi komunikasi pemasaran melalui digital marketing pada home industri kopi Cahaya Robusta Sumbawa." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 4, no. 1 (2021): 46–51.
- Dono, La, dan S. Sos. "Komunikasi Pemasaran Kontekstual." *Komunikasi Pemasaran Kontekstual* 21 (2025).
- Erwin, Erwin, Elia Ardyan, Arifai Ilyas, dkk. *Digital Marketing: Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- Farahdiba, Dea. "Konsep dan strategi komunikasi pemasaran: perubahan perilaku konsumen menuju era disrupsi." *Jurnal ilmiah komunikasi makna* 8, no. 1 (2020): 22–38.
- Febrina, Raden Ismira, Firmansyah Firmansyah, dan Resty Mustika Pratiwi. "Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk di PT Tama Cokelat Indonesia." *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian* 10, no. 2 (2024): 195–210.
- Hananto, Brian Alvin. "Identitas Visual Digital Brand Dalam Sosial Media: Sebuah Evaluasi Konsistensi Image dan Type Karya Mahasiswa dalam Mendesain Feed Instagram." 2 (2019): 56–61.
- Hidayat, Achmad Ziki Rahmad, Bella Fauzia, dan Liswiyanti Damora. "Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Zytadelia Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Akrab Juara* 7, no. 2 (2022): 203–17.
- Inayaty, Fanny Sitta Rahma. *Strategi Brand Expression Pengilon Restoran Dalam Membentuk Brand Image Sebagai A Home For Your Balanced Living*. 2025.
- Isnaini, Delia Nur Rochma. "Analisis Strategi Branding melalui Konten Kreatif Di

- Media Sosial Tiktok@ Azawear.” *Konferensi Media dan Komunikasi*, 2024, 1–89.
- Kusumadinata, Ali Alamsyah, Aditya Ramadhan, Dendi Maulana, dan Fajar Wiratama. “Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Hegar Coffee & Liwet Melalui Akun Instagram.” *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora* 9, no. 3 (2023): 316–24.
- Lailiyah, Nita Ilmiyatul. “Literature Review: *KOL Marketing* sebagai Strategi Pemasaran Digital di Era Sosial 5.0.” *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 2023, 1055–58.
- Larasati, Fransiska Novia. *Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Couple Session di Self Photo Studio (Studi Pada " Potrait Room " Kediri)*. 2024.
- Laraskana, Tiara Nesva, dan Icut M. Sakir. “Peran TikTok sebagai media digital marketing dalam meningkatkan *brand awareness* UMKM.” *Konvergensi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 6, no. 1 (2025): 243–52.
- Lay, Agustina Sadri Yathy. “Analisis Strategi *Branding* Produk Pada Umkm Kopi Nusantara dalam membangun Citra Merek di Era Digital.” *Jurnal Ekonomi, Akutansi dan Organisasi* 3, no. 2 (2025): 81–92.
- Luthfiah, Syaripah, dan Eka Anisa Sari. “Strategi Komunikasi Persuasif Untuk Meningkatkan *Brand Image* Media Sosial Studi Kasus: Instagram @Adheliakeup.” *Journal of Syntax Literate* 10, no. 8 (2025).
- Maleha, Nova Yanti. “Analisis Pengaruh Strategi *Branding* Dalam Membangun Citra Merek Yang Kuat.” *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 3, no. 2 (2025): 475–84.
- Manik, Cindy Megasari, dan Onan Marakali Siregar. “Pengaruh *brand image* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Starbucks di Kota Medan.” *Journal of Social Research* 1, no. 7 (2022): 694–707.
- Mediana, Shalimar, dan Indra Novianto Adibayu Pamungkas. “Pesan komunikasi pemasaran digital melalui e-commerce pada pelaku usaha mikro batik hasan.” *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi* 8, no. 3 (2023): 485–97.
- Muchtar, Khoiruddin, Astri Dwi Andriani, dan MI Kom. *Transformasi Integrated Marketing Communication (Imc Di Era Digital)*. Penerbit Widina, 2025.
- Murniarti, Erni. *Komunikator, Pesan, Pedia/Saluran, Komunikan, Efek/Hasil, dan Umpan Balik*. 2019.
- Muslimah, Quina Asrin. *Konstruksi Identitas Brand Marlboro Dalam Perspektif Konsumen*. 2014.
- Mutiara, Tia. *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Media Sosial (Studi Kasus @Warkop25bdg Melalui Instagram Dan Tiktok)*. 2025.
- Nanda, Rafif Syauqi Dwi. *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Tiktok Dalam Membangun Citra Bisnis Coffee Shop (Studi pada Akun Tiktok @faste_coffee)*. 2025.
- Nugroho, Moch Nur Syawalludin. “Strategi komunikasi dan *branding* dalam manajemen event: membangun identitas acara yang kuat.” *Al-Mumtaz: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 1 (2024): 70–81.
- Oswari, Teddy, dan Andi Asari. *Strategi branding dan komunikasi pemasaran di era media sosial*. 2025.
- Patricia, Theresa Judith. *Strategi Pengelolaan Instagram @hdigital.id dalam*

- Membangun Brand Identity Agensi Hakuhoodo Digital Indonesia*. 2025.
- Priambudi, Surya Ageng, dan Mahfud Anshori. "Pemodelan Strategi Komunikasi Pemasaran Lokananta." *Jurnal Komunikasi Massa* 17, no. 2 (2024).
- Purnomo, Eko Cahyo. *Manajemen Promosi Dan Komunikasi Pemasaran*. CV. Azka Pustaka, 2025.
- Purwanto, Ketut, dan Dhevi Dadi Kusumaningtyas. "Kesenjangan *Brand Identity* dan *Image* Terkait Komunikasi Perusahaan Kepada Pengguna." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 1 (2023): 63–80.
- Purwitasari, Aulya. "Word Of Mouth Sebagai Alat Pemasaran Efektif: Tinjauan Literature Empiris." *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen* 1, no. 4 (2024): 493–507.
- Putra, Fachri Dwi, dan Muhammad Fadillah Hajar. "Segmenting, Targeting, Differentiation, dan Positioning pada Digital Campaign Instagram @sebarkebersihan." *Jurnal Penelitian Inovatif* 3, no. 2 (2023): 311–20.
- Putri, Thabina Carissa, dan Hudi Santoso. "Implementasi Pemasaran Digital Pada Media Sosial Instagram Deustchkursebildung." *Jurnal Ilmu Sosial Pendidikan Dan Humaniora* 4, no. 2 (2025): 119–33.
- Putrifasari, Syelfanda, Sania Derosa, Evrina Latando, Sekar Nusantara, dan Dion Rizqi. "Literature Review: Peran Social Media Terhadap Strategi Komunikasi Pemasaran Produk." *Ammer: Journal Of Academic & Multidicipline Research* 2, no. 03 (2023): 01–07.
- Qomaruddin, Qomaruddin, dan Halimah Sa'diyah. "Kajian teoritis tentang teknik analisis data dalam penelitian kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman." *Journal of Management, Accounting, and Administration* 1, no. 2 (2024): 77–84.
- Rahmawati, Dian Hutami, dan Ratih Pandu Mustikasari. "*Brand Identity* Lembaga Pendidikan Non-Formal: Pendekatan dalam Aspek Kepribadian Merek dan Aspek Hubungan." *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 7, no. 11 (2024): 13255–63.
- Reza, Faisal, dan Ira Valentina Silalahi. "Peran Sosial Media dalam Perkembangan Pemasaran Digital: A Systematic Literature Review." *Jurnal Dimamu* 3, no. 1 (2023): 97–111.
- Riswanto, Ari, Aji Jumiono, Tetty Sufianty Zafar, dkk. *Strategi Manajemen: Konsep, Teori, dan Implementasi*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- Rosi, Ainur, dan Yurilla Endah Muliatie. "Pengaruh *Brand Personality* dan *Brand Loyalty* terhadap keputusan pembelian Merek Fashion Indonesia Erigo Store Di Surabaya." *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Sosial* 1, no. 4 (2024): 1–10.
- Sabila, Sabila. "Strategi Komunikasi Pemasaran *Business-to-Business* (B2B) PT Satukelas Adhyapana Nusantara dalam Meningkatkan Leads:(Studi Kasus pada Brevet Pajak)." *Sentri: Jurnal Riset Ilmiah* 5, no. 2 (2026): 1317–34.
- Safarudin, Rizal, Zulfamanna Zulfamanna, Martin Kustati, dan Nana Sepriyanti. "Penelitian kualitatif." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3, no. 2 (2023): 9680–94.
- Saktiendi, Evan, dan Indah Restu Fauziah. "Persepsi Pembentukan *Brand Awareness* dan *Brand Image* Melalui Penerapan *Integrated Marketing Communication*." *Jurnal Ilmiah Komunikasi STIKOM IMA* 12, no. 02

(2020): 52–56.

- Sangapan, Lukman Hakim. “Peran *influencer* dalam komunikasi pemasaran: Sebuah tinjauan sistematis literatur internasional.” *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial* 3, no. 3 (2025): 129–41.
- Santoso, Yedi, Ibnu Hamad, dan Novita Damayanti. “Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam membentuk *Brand Image* ‘Metric’ Premium Cabinetry System.” *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi* 11, no. 1 (2025): 99–116.
- Sembiring, Lesthari. Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Menarik Minat Konsumen di Durian Sitepu Medan. 2024.
- Simandalahi, Astri Ivo. Strategi Komunikasi Pemasaran *Digital Insurance* Melalui Aplikasi Motion Life Dalam Pengambilan Keputusan *Customer* Tahun 2020 (Studi Kasus Pada Asuransi Mnc Pusat). 2022.
- Sugiarto, Aris. “*User Generated Content*, *Influencer* Tiktok, dan Live Shopping dalam Keputusan Pembelian *Thrifting* Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa.” *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi* 11, no. 2 (2025).
- Supriyanti, Wiwit, S. Kom, M. Kom, dkk. *Algoritma dan Pemrograman Menggunakan Python*. PT Penerbit Qriset Indonesia, 2025.
- Ummah, Fadia Karo, Komsu Koranti, dan Syntha Noviyana. “Pengaruh Social Media Marketing, Kepercayaan, Kesadaran, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian melalui *e-WOM*.” *Journal of Trends Economics and Accounting Research* 6, no. 2 (2025): 186–95.
- Wardani, Anna, dan Kheyene Molekandella Boer. “Strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan *brand awareness* pada Forthis House.” *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik* 12, no. 1 (2025): 417–28.
- Widiastuti, Eunike Jayanti, dan Yudiana Indriastuti. “Strategi komunikasi pemasaran digital *@Right.Store* melalui pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran.” *Jurnal Representamen* 8, no. 1 (2022): 73–83.
- Widjaja, Daniel, dan Sylvia Samuel. *Adaptability marketing in digital era: Strategi pemasaran adaptif di era digital yang terus berubah*. Penerbit NEM, 2025.
- Wulandari, Safitri, Mun’yah Zahiroh, Lu’luil Maknunah, dan Siti Nur Halizah. “Peran konten Tik Tok dalam mengembangkan *branding* sebagai media bisnis digital yang berprofitabilitas.” *Journal of Science and Education Research* 4, no. 1 (2025): 71–78.
- Yaqin, Muhammad Ainul, M. Izet Madani atau Ijet, Raja Fachreza, dkk. *Scale Up Your Brand: Panduan Meningkatkan Citra dan Daya Tarik Brand melalui Visual, AI, dan Strategi Digital*. CV Lutfi Gilang, 2025.
- Yulita, Rahma, dan Yusnidar Yusnidar. “Membangun *Brand Identity* melalui Strategi Komunikasi Pemasaran Digital (Studi Kasus Insyira Oleh-Oleh Pekanbaru).” *Jurnal Daya Saing* 11, No. 2 (2025): 519–25.
- Zahir, Muhamad Refan. “Analisis Efektivitas Konten Buatan Pengguna (UGC) dan Konten Buatan Perusahaan (UGC) dalam membangun kepercayaan Konsumen terhadap Merek di Era Digital.” *EKBIS (Ekonomi & Bisnis)* 13, no. 1 (2025): 165–74.
- Zahra Fadilla, Yosie, Savri Yansah, dan Femalia Valentine. *Strategi Pengembangan Konten Digital Kreator Pemula Pada Media Sosial*. 2025.