

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Creswell, J.W. (2017). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Prasetyo, B. D. dkk. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru*. Malang: UB Press
- Rorong, M. J. (2020). *Fenomenologi*. Yogyakarta: DEEPUBLISH
- Saebani, Beni A. (2015). *Filsafat Ilmu Dan Metode Penelitian*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Yin, Robert K. (2019). *Studi Kasus: Desain Dan Metode*. Depok: PT Rajagrafindo Persada

Jurnal

- Afnan, F. (2020). "Kegiatan Marketing Public Relations Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan", dalam *Jurnal Universitas Muhammadiyah Cirebon*. Vol.04, no. 1. Cirebon: Universitas Muhammadiyah Cirebon.
- Andhika, R. (2020). "Strategi Komunikasi PT Terminal Tour & Travel (Terminal Tour) Dalam Membangun Brand Awareness". Jakarta: Universitas Esa Unggul
- Arifiani, S. (2012). "Strategi Komunikasi Public Relations Pt Djarum Kudus Dalam Membangun Corporate Image Melalui Factory Visit". dalam *Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). "Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie)". *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65-71.
- Farahdiba, D. (2020). "Konsep dan strategi komunikasi pemasaran: perubahan perilaku konsumen menuju era disrupsi". Dalam *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(1), 22-38. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Haryadi, T. (2018). "Adaptasi Teori Difusi-Inovasi Dalam Game á€ œYUK BENAHIâ€ Dengan Pendekatan Komunikasi SMCR". Dalam *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 1-13. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro.
- Hermawansyah, A. (2022). "Analisis Profil Dan Karakteristik Pengguna Media Sosial Di Indonesia". Dalam *Tesis Fakultas Teknologi Industri*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Irmasari, D. (2019). "Strategi Promosi Erhastore.co.id Melalui Instagram Story Untuk Menumbuhkan Awareness (Studi Kualitatif Deskriptif pada ERHA Tahun 2019)". Jakarta: Universitas Mercubuana.

- Keke, Y. (2015). “*Komunikasi Pemasaran terpadu terhadap brand awareness*”. dalam Jurnal manajemen bisnis transportasi dan logistik Vol. 2 (1), 172-186. Jakarta: Institut Transportasi Dan Logistik Trisakti.
- Kencana, Woro H, Dkk (2022). “*Penggunaan Media Sosial dalam Portal Berita Online*”, dalam Jurnal IKRAITH-HUMANIORA, Vol. 6, No. 2. Jakarta: Universitas Persada Indonesia YAI.
- Lucyantoro, B. I., & Rachmansyah, M. R. (2017). Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan:(Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan, 5(1), 38-57. Surabaya: Universitas 45 Surabaya.
- Masindo, A. A. (2018). “*Strategi Public Relations Detikcom Dalam Meningkatkan Brand Loyalty*”. dalam Bachelor's thesis Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Murwani, E. (2019). “*Budaya Partisipatif: Suatu Bentuk Literasi Media Baru*”. Dalam Jurnal SNIT 2012, 1(1), 22-26. Jakarta: Universitas Multimedia Nusantara Jakarta.
- Norhabiba, F. (2020). “*Literasi media mengatasi kecanduan internet pada komunitas Cacak Yuk Lumajang*”. Dalam In Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan (Vol. 2, No. 1, pp. 557-564). Surabaya: Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Nugraha, A. G. (2018). “*Pengaruh Brand Awareness, Percieved Quality, Price, dan Design Product Terhadap Kepuasan Pembelian Honda Vario 125 di Banjarnegara (Studi Pada Pembeli Motor Honda Vario 125 di Banjarnegara)*”, dalam Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Purwokerto: Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Purbohastuti, A. W. (2017). “*Efektivitas media sosial sebagai media promosi*”. Dalam Jurnal Tirtayasa Ekonomika, 12(2), 212-231. Banten: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Rachel Christy, W. (2017). “*Strategi Komunikasi PT. Karya Cita Gemilang (Touch Points) Sebagai Upaya Mempertahankan Loyalitas Pelanggan*” dalam Doctoral dissertation, Diponegoro University. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Rachmawati, F. (2018). “*Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Pahlawan Ekonomi Surabaya*”. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
- Rahmadani, Putri Dwi dan Ikbal Rachmat (2022), “*Strategi Marketing Public Relations Melalui Social Media (Facebook & Twitter) Dalam Mengelola Citra Positif PT. MNC PICTURE*” dalam Tugas Akhir Fikom Universitas Esa Unggul. Jakarta: Universitas Esa Unggul.

- Ramadhan, F. (2020). “*The Social Media Marketing Effect On Brand Awareness and Brand Loyalty In Lasik Clinic Jakarta, Indonesia*”, dalam Jurnal Universitas Esa Unggul Vol. 04, No. 05. Jakarta: Universitas Esa Unggul.
- Sahara, S. (2021). “*Pemanfaatan Smartphone Dalam Menerapkan Marketing 4.0 Berdasarkan Teori Difusi Inovasi (Studi Kasus Usaha Mikro Kecil Menengah Rumah Bordir Minang)*”. Dalam JURSIMA (Jurnal Sistem Informasi dan Manajemen), 9(2), 158-165. Riau: STMIK GICI.
- Sasiwigati, A. (2019). “*Strategi Public Relations PT Evi Asia Tenggara Dalam Rebranding Cocowork*”. Jakarta: Universitas Esa Unggul.
- Serah, T. (2014). “*Pengaruh karakteristik inovasi, sistem sosial dan saluran komunikasi terhadap adopsi inovasi teknologi pertanian*” dalam Doctoral dissertation, UAJY. Depok: Universitas Atma Jaya.
- Wati, Nanda Kusuma (2023). “*Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Pembentukan Citra Pada PT. Stainless Steel Primavalve Maju Bersama*” dalam Jurnal Fikom Universitas Esa Unggul. Jakarta: Universitas Esa Unggul.
- Yoedtadi, M. G. (2020). “*Pemanfaatan media sosial di televisi grup MNC*”. Dalam Jurnal Lontarl Ilmu Komunikasi, 8(1). Jakarta: Universitas Tarumanagara.

Media Online

- Cindy, M.A (30 Mei 2023) “*Media Sosial, Sumber Informasi Utama Masyarakat Indonesia*”, dalam Katadata.co.id <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/30/media-sosial-sumber-informasi-utama-masyarakat-indonesia>
- Shilvina, W, Dimas Bayu (ed). (03 Februari 2023) “*Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta Pada 2023*”, dalam DataIndonesia.id <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>
- Ridhwan, M, Dimas Bayu (ed). (10 Februari 2023) “*Whatsapp Masih Menjadi Media Sosial Terfavorit di Indonesia*”, dalam DataIndonesia.id <https://dataindonesia.id/internet/detail/whatsapp-masih-menjadi-media-sosial-terfavorit-di-indonesia>
- Syahrial, M. (01 Januari 2022) “*Ungguli Instagram, Tiktok Jadi Aplikasi Paling Banyak Diunduh Pada 2021*” dalam Kompas.com [Ungguli Instagram, TikTok Jadi Aplikasi Paling Banyak Diunduh pada 2021 Halaman all - Kompas.com](https://www.kompas.com/berita/teknologi/2022/01/01/ungguli-instagram-tiktok-jadi-aplikasi-paling-banyak-diunduh-pada-2021-halaman-all-kompas-com)