

DAFTAR PUSTAKA

- Al Badar, Sultan, E. L. (2023). Strategi Pengelolaan Social Media Marketing dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 3(1).
- Andani, Intan Fitri, Teguh Priyo Sadono, M. R. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram dalam Membangun Brand Image Akun@ caramiastore. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL MAHASISWA KOMUNIKASI (SEMAKOM)*, 1(1).
- Angellia, Angellia, R. O. (2023). Strategi Marketing Public Relations Bioskop Drive-In dalam Membangun Brand Image Perusahaan. *Prologia*, 7(1), 22–30.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Rineka cipta.
- Cawsey, T., & Rowley, J. (2016). Social media brand building strategies in B2B companies. *Marketing Intelligence & Planning*, 34(6), 754–776.
- Cornelissen, J. (2020). *Corporate Communication: A guide to theory and practice* (6th ed.). California: SAGE Publications, Inc.
- Creswell, J. W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Pustaka Pelajar.
- Diah, Yuliansyah M., Lina Dameria Siregar, N. D. M. S. (2021). Strategi Mengelola Sumber Daya Manusia (SDM) Unggul dalam Tatanan Normal Baru bagi Pelaku UMKM di Kota Palembang. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(1), 67–76.
- Ferbita, Lyra Vellaniza, Y. S. (2020). Strategi digital branding Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) melalui media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna*, 16(2).
- Fitriani, Rizky, M. A. S. S. (2023). Strategi Komunikasi Humas PT Mega Bintang Persada Dalam Rebranding Prawira Bandung Melalui Media Sosial Instagram. *EProceedings of Management*, 10(1).
- Harto, Budi, Abdul Rozak, A. Y. R. (2021). Strategi Marketing Belah Doeren Melalui Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Brand Image. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 67–74.
- Hidayatullah, M. F., Rafidah, N. N., Masruroh, N., & Mauliyah, N. I. (2023). Strategi Digital Marketing dengan Instagram dan TikTok Pada Butik DOT. id. *Human Falah*, 10(1), 127–135.
- Indra, I. R., & Widoatmodjo, S. (2020). *Analisa Strategi Employer Branding Terhadap Minat Melamar Kerja*.
- Indrapura, Putri Fauziah Sri, U. M. D. F. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Di Perusahaan Cipta Grafika. *Jurnal Economina*, 2(8), 1970–1978.

- Isdarmanto. (2020). Strategi Branding Pengembangan Industri Pariwisata 4.0 melalui Kompetitif Multimedia di Era Digital. *Journal of Tourism and Creativity*, 4(1), 1–20.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Prenadamedia Group.
- Macarthy, A. (2021). *500 social media marketing tips: essential advice, hints and strategy for business: facebook, twitter, pinterest, Google+, YouTube, instagram, LinkedIn, and mor.*
- Maruf. (2019). *Pengertian Dan Tahapan Proses Manajemen Strategi Serta Tujuan*. <https://www.akuntansilengkap.com/manajemen/pengertian-dan-tahapan-prosesmanajemen-strategi-serta-tujuan-lengkap/>
- Meta. (2022). *Instagram Features*. *Instagram*. https://help.instagram.com/479832029758079/?helpref=hc_fnav
- Munarika, N. (2018). *Strategi Dalam Meningkatkan Kepuasan Anggota Penabung Dengan Akad Wadi'ah di Kantor Pusat Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Pahlawan Tulungagung*.
- Nardo, R. (2024). *Perencanaan dan Pengembangan SDM*.
- Phanata, S., Sandyaningrum, J. N., & Vitalia, M. (2022). The Literal Translation of Sclerometer User Manual from Chinese to Indonesia. *MANDARINABLE: Journal of Chinese Studies*, 1(2), 42–52.
- Podnar, K. (2015). *Corporate Communication: A Marketing Viewpoint*. Routledge.
- Prasetyo, Bambang D., N. S. F. (2020). Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis. *Universitas Brawijaya Press*.
- Priharto Sugi. (2020). Strategi penetapan harga: cara, metode, dan fungsinya. *Accurate.Id*. <https://accurate.id/ekonomi-keuangan/strategi-penetapan-harga>
- Purnomo, A. (2019). Brand Commitment Dan Brand Psychological Ownership Dalam Memediasi Pengaruh Internal Corporate Branding Terhadap Brand Citizenship Behavior. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(2).
- Putri, Bintang Sania, E. L. (2022). Strategi Branding Based Club Melalui Media Sosial Instagram. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 2(1).
- Rindawati, Try, Lily Thamrin, L. L. (2022). .Penggunaan Media Audio Visual Film Kartun dalam Pembelajaran Kosakata Bahasa Mandarin pada Siswa SD LKIA. *Jurnal Tunas Bangsa*, 9(1), 1–10.
- Sunaryo, A. C., Ramadhan, A., Abdullah, Y., Magdalena, J., Augustine, A. K., & Hendrayani, Y. (2023). Corporate Social Responsibility (CSR) as a Key

Element in Building Strong Corporate Branding. *International Journal of Social Science And Human Research*.

- Sutami, H. (2016). Fungsi dan Kedudukan Bahasa Mandarin di Indonesia. *Paradigma: Jurnal Kajian Budaya*, 2(2), 1–16.
- Tawaqal, R. S., Setianti, Y. Y., & Setiawan, W. W. (2018). Corporate Branding Kepolisian Negara Republik Indonesia Dalam Gerakan Anti Hoax. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 79–87.
- Triyah, T., & Anggraini, C. (2023). *Pengaruh Komunikasi Strategi CSR Dan Stakeholder Management Terhadap Corporate Branding PT. Pertamina Ft Bandung Group. eProceedings of Management*. 10(1).
- Triyono, A. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. CV. Bintang Surya Madani.
- Tuten, T. & Solomon, M. (2018). *Social Media Marketing*, 3rd ed. Thousand Oaks. In *forthcoming*. CA.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods 6th edition*. SAGE Publications, Inc.
- Zen, Rico Muhamad, A. Y. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Corporate Branding. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(1).
- Zhu, Y., Wang, D., Hong, T., Hu, L., Ina, T., Zhan, S., ... & Zhao, L. D. (2022). Multiple valence bands convergence and strong phonon scattering lead to high thermoelectric performance in p-type PbSe. *Nature Communications*, 13(1).

