

## DAFTAR PUSTAKA

- Carolin, I. ., Victoria, G. D. ., Dina, S. ., & Nastain, M. . (2023). Pengaruh Penggunaan New Media Tiktok Terhadap Pembentukan Konsep Diri Generasi Muda Indonesia 2022. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3(1), 35–40. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i1.509>
- Fauzan, R. (2021, April 22). *Belanja Iklan 2020 Moncer, Nielsen: Ini Proyeksi untuk 2021*. Retrieved from [Bisnis.com: https://ekonomi.bisnis.com/read/20210422/12/1384960/belanja-iklan-2020-moncer-nielsen-ini-proyeksi-untuk-2021](https://ekonomi.bisnis.com/read/20210422/12/1384960/belanja-iklan-2020-moncer-nielsen-ini-proyeksi-untuk-2021)
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Universitas Brawijaya Press.
- Gugus Mitigasi Lebak Selatan. Retrieved from <https://www.gmls.org/>
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2012). *Advertising & IMC Principles and Practice*. New Jersey: Pearson Education.
- Poernomo, C. A., & Wibowo, J. H. (2023). Analisis Proses Produksi Konten Kreatif Pada Kanal Youtube Kembara Sunyi. In *SEMAKOM: SEMINAR NASIONAL MAHASISWA KOMUNIKASI* (Vol. 1, No. 01, pp. 161-167).
- Pratama, M. R., & Pusparani, Y. (2021). PERANCANGAN LOGO SEBAGAI IDENTITAS VISUAL PADA ILALANG CRAFT. *PANTAREI*, 5(03).
- Ramadeni, B., & Lexianingrum, S. R. P. (2024). Trend Konten Media Sosial Mengenai Paslon 02 Dalam Meningkatkan Reputasi pada Pemilu 2024. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 2(3), 279–287. Retrieved from <https://journal.csspublishing.com/index.php/ijm/article/view/745>
- Shimp, T. A., & Craig, A. J. (2018). *Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications* (10 ed.). South-Western: Cengage Learning.
- Suryadi, N., Hakim, A., & Fasieh, M. F. I. (2023). Social Media Marketing Training to Support Gen Z Entrepreneurs in Malang City. *Sasambo: Jurnal Abdimas*

(Journal of Community Service), 5(4), 665–673.  
<https://doi.org/10.36312/sasambo.v5i4.1502>