

## DAFTAR PUSTAKA

- Arviana, G. N. (2021, Mei 19). *Ketahui Apa Itu Brand Engagement dan Berbagai Level untuk Mencapainya*. Retrieved from glints.com: <https://glints.com/id/lowongan/brand-engagement-adalah/>
- Bheka, T., & Tarihoran, E. (2024). Membangun Komunitas Iman melalui Media Sosial dengan Menggunakan Platfrom yang Menarik. *Jurnal Magistra*.
- Blakeman, R. (2018). *Integrated Marketing Communication Creative Strategy From Idea to Implementation*. London: Rowman & Littlefield.
- Buckingham, I. P. (2016). *Brand Engagement : How Employees Make or Break Brands*. New York: Palgrave Macmillian.
- Butow, E., Herman, J., Liu, S., Robinson, A., & Allton, M. (2020). *Ultimate Guide to Social Media Marketing*. California: Entrepreneur Press.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing: Eight Edition*. Pearson.
- Creswell, J. D., & Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches*. California: Sage Publications.
- Gulo, R., Samasi, S., & Nedo, H. (2023). Strategi Pemuda Gereja dalam Mempertahankan Kecintaan pada Iman Kristen di Era Digital. *Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristen*.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Wal Ashri Publishing.
- Hardani, A. H., Ardiani, H., Fardani, R. A., Ustuawaty, J., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group.
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. CV Jejak (Jejak Publisher).

- Hollebeek, L. D., & Chen, T. (2014). Exploring Positively vs Negatively Valanced Brand Engagement : A Conceptual Model. *Journal of Product and Brand Marketing*, 62-74.
- Iriawan, H. (2021). *Manajemen Merek & Kepuasan Pelanggan*. Penerbit NEM.
- Kozinets, R. V. (2014). *Social Brand Engagement : A New Slides*.
- Kriyantono, R. (2021). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana.
- Looy, A. V. (2016). *Social Media Management*. Switzerland: Springer International.
- MediaGo. (2022, April 27). *Membangun Komunitas Melalui Sosial Media*. Retrieved from mediago.id: <https://mediago.id/news/membangun-komunitas-melalui-sosial-media/>
- Meta. (2024). *Instagram Features*. Retrieved from help.instagram.com: [https://help.instagram.com/479832029758079/?helpref=hc\\_fnav](https://help.instagram.com/479832029758079/?helpref=hc_fnav)
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pramitasari, A., & Ali, D. S. (2018). Peran Komunitas Online Suara Disko Dalam Membangun Brand Awareness Musik Tahun 80an Melalui Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Quesenberry, K. A. (2019). *Social Media Strategy Marketing, Advertising, and Public Relations in The Consumer Revolution*. London: Rowman & Littlefield.
- Ristata, A. G., Prabawa, K., Antony, R., & Tanureja, I. S. (2024). Motivasi dan Makna Mengikuti Media Sosial Instagram Katolikmedia bagi Orang Muda Katolik. *Jurnal Kewarganegaraan*.

- Ritonga, F. U., Atika, T., Arifin, A., & Fauzan, I. (2022). *Intervensi Komunitas dan Gerakan Sosial Birmingham Small Arm Owner's Motorcycle Siantar (BOM'S)*. Yogyakarta: Jejak Pustaka.
- Sinta, R. A., & Fatmawati. (2023). Kesadaran Keterlibatan Orang Muda Katolik (OMK) dalam Lingkungan Gereja dan Jemaat di Paroki St Markus Pateng Desa Lewat Kecamatan Macang Pacar Kabupaten Manggarai Barat. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*.
- Social Blade. (2024). *Social Blade*. Retrieved from socialblade.com: <https://socialblade.com/instagram/user/ndcyouth/monthly>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social Media Marketing*. London: SAGE Publications.
- We Are Social. (2024, Januari 31). *Digital 2024: 5 Billion Social Media Users*. Retrieved from wearesocial.com: <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. SAGE Publications.