

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, M. (2023). Perancangan Company Magazine sebagai Media Informasi Internal PT Kobe Boga Utama. <https://kc.umh.ac.id/id/eprint/29108/>
- Alwi, S. (2024). *SOSTAC Model Of Marketing – step by step*. <https://corporateskills.co.uk/marketing/sostac-model-marketing/sherazalvi/>
- Bella, V. (2021). KAMPANYE DIGITAL PADA INSTAGRAM @PERHUMAS_INDONESIA MELALUI #INDONESIAIBICARABAIK DALAM MEWUJUDKAN MASYARAKAT 5.0. <http://eprints.ubhara.ac.id/1092/>
- Beger, R. (2018). *Present-Day Corporate Communication*. Springer Nature Singapore. <https://doi.org/10.1007/978-981-13-0402-6>
- Bringhurst, R. (2012). *The Elements of Typographic Style*. Hartley & Marks
- Deloitte. (2022). *The Future of Work: What Will the Post-Pandemic Workplace Look Like?*
- Devin Daniel Jopy. (2024). *Perancangan Kampanye Digital ???HEALTHY NEW-VEMBER??? untuk Meningkatkan Awareness Healthy Choice sebagai Produk Sehat melalui Instagram*. <https://kc.umh.ac.id/id/eprint/29150/>
- Dhinar, R. (2023). *Content Writing Master*. Cabaca. https://cabaca.id/#/book/4570/content-writing-master?source=675e8848bc c7f_0_4570

- Efda, A. D., Setyawan, I., & Johansah, F. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Pandemi Covid-19 pada Akun @Pandemictalks. *Vol. 10 No 1*.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jika/article/download/15733/pdf>
- Eiseman, L. (2006). *Color: Messages and Meanings*. Hand Book Press
- Fauziyah, R. N. (2022). *Analisa SWOT: Pengertian, Manfaat, Tujuan, dan Cara Penggunaan*. Gramedia. Retrieved November 21, 2024, from
<https://www.gramedia.com/best-seller/analisa-swot/>
- Handley, A. (2014). *Everybody Writes: Your Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content*. Wiley
- Hasiholan, T. P. (2020). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIK TOK SEBAGAI MEDIA KAMPANYE GERAKAN CUCI TANGAN DI INDONESIA UNTUK MENCEGAH COVID-19.
<https://jurnal.univrab.ac.id/index.php/cmvt/article/view/1278>
- Husain, M. N., Anggraini, D., & Anawai, S. (2022). Kampanye Pemasaran Sosial Gemar Membaca Berbasis Media Sosial di Masa Pandemi Covid-19 Authors.
<https://www.ojs.literacyinstitute.org/index.php/prosiding-covid19/article/view/39>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Mulawarman. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Vol 25, 23*.
<https://jurnal.ugm.ac.id/buletinpsikologi/article/view/22759>

- OCBC NISP. (2023). *Apa Itu FMCG? Ini Contoh Perusahaan & Prospek Bisnisnya 2023*. OCBC NISP.
<https://www.ocbc.id/id/article/2021/08/30/fmcg-adalah>
- Putri, D. W. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA KAMPANYE "TRADITIONAL GAMES RETURNS".
https://www.researchgate.net/publication/333804719_PEMANFAATAN_MEDIA_SOSIAL_INSTAGRAM_PADA_KAMPANYE_TRADITIONA_L_GAMES_RETURNS
- Raffi, A. M. (2023). *Industri FMCG Industri FMCG: Pengertian, Jenis, Produk, Prospek Kerja & Contoh Perusahaan*. Mekari Jurnal.
<https://www.jurnal.id/id/blog/industri-fmcg-sbc/>
- Swanson, C. (2024). Perancangan Kampanye Digital #MampirKePMP untuk Pasar Modern Paramount. <https://kc.umn.ac.id/id/eprint/29247/>
- Wirdianti, I. S., Bahri, S., & Prabowo, A. (2023). Melangkah Maju dengan Teknologi Generative AI: Peningkatan Kompetensi Kepala Sekolah SMP di Kota Palangkaraya. *Vol 4 No. 1*.
<http://journal.undiknas.ac.id/index.php/parta>
- World Health Organization. (2020). *Global Health Estimates: Life Expectancy and Leading Causes of Death*. WHO.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A