

DAFTAR PUSTAKA

- Adicandra, C., & Kusumandyoko, T. C. (2024). Perancangan Memesebagai Kampanye Untuk Remaja Tentang Bahaya Pernikahan Dini Melalui Tiktok. *Jurnal Barik*.
- Akbar, M. (2023, Oktober 18). Analisis Pemanfaatan Kanal Digital Muda.Nasdem.Id Dan Instagram @Official_Nasdem Sebagai Kampanye Digital Partai Nasdem Kepada Pemilih Pemula Menuju Pemilu 2024. *Journal of Social Science Research*, 3 No.5. Diambil kembali dari <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/5324/3745>
- Aladdin, Y., Kusnaldi, & Fahrudin, R. (2024). Perancangan Video Campaign Berbasis CGI sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness pada Perusahaan Properti. *Realisasi: Ilmu Pendidikan, Seni Rupa dan Desain*.
- Andini, D. N., Chidtian, A. S., & Daniar, A. (2024). Perancangan Kampanye Digital Pencegahan Anemia untuk Perempuan Usia 16-19 Tahun di Surabaya. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*.
- Andrian, P., Tecoalu, M., & Latief, R. (2024). *Manajemen Periklanan Media Digital: Konsep dan Aplikasi*. Kencana.
- Annisa, F., Fadli, M. R., Suherman, N., & Prawira, I. F. (2024, 01 09). Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran melalui TikTok terhadap Minat Beli Konsumen: Studi Literatur. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 4 No. 1. Diambil kembali dari <https://jurnalbisnismahasiswa.com/index.php/jurnal/article/view/176/144>
- Ciputra Artpreneur. (t.thn.). Dipetik July 25, 2024, dari Ciputra Artpreneur: <https://www.ciputraartpreneur.com/>
- Damayanti, M., Jannatin, G. K., Marendra, M. H., & Amalia, D. (2024). Strategi Komunikasi CSR Hotel Bumi Surabaya (Penanggulangan Stunting Melalui Program GESIT). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*.
- Effendy, O. U. (2020). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Gregory, A. (2020). *Planning and Managing Public Relations Campaigns: A Strategic Approach*. Kogan Page Publishers.
- Ingratubun, A., Setyobudi, C., Artinus, F., & dkk. (2023). *Perspektif Komunikasi, Media Digital, dan Dinamika Budaya*. Kencana.

- Ivan, Y. I., & Jatisdi, A. (2020). Perancangan Strategi Digital Campaign “pigijo” Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Online Mahasiswa Ilmu Komunikasi*.
- Kharimah, A. N., Iswandi, H., & Yulius, Y. (2023). Kampanye Sosial Bijak Menggunakan Aplikasi Onlinedating pada Anak Muda Masa Kini Dikota Palembang. *Jurnal Seni Rupa & Design*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management*. Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley.
- Kotler, P., Keller, K., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management: 4th European Edition*. Pearson.
- Muhamad Al Faruq Abdullah, M. A., Apriani, A., & Febrian, W. D. (2023, Juli 29). HOW TO BOOST PURCHASING INTEREST ON SOCIAL MEDIA. *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi STI&K, 7 No.1*. Diambil kembali dari <https://ejournal.jakstik.ac.id/index.php/sentik/article/view/3437>
- Mulyana, A. P., & Retnasary, M. (2024, Juni 10). Kampanye Digital Pada Instagram @hendrabrudy Melalui Lagu Anti Bullying dalam Pencegahan Bullying. *Journal Of Social Science Research, 4 No. 3*. Diambil kembali dari <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/11651/8040>
- Murnawan, Lestari, S., Samihardjo, R., & Sapanji, R. V. (2023, Mei). Pelatihan Brand Identity untuk UMKM: Meningkatkan Kesadaran Merek dan Daya Saing di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat, 6 No.2*. Diambil kembali dari <http://abdimasku.lppm.dinus.ac.id/index.php/jurnalabdimasku/article/view/1247/317>
- Onggowarsito, E. J. (2024). Perancangan Brand Campaign untuk Meningkatkan Brand Awareness Pickyourstyle.ind. *Jurnal VICIDI*.
- Prayogo, A., Fauzi, A., Bagaskoro, D. S., Alamsyah, F. A., Tonda, F., Hafidzi, M. K., . . . Wijaya, S. (2023, Januari 23). Pengaruh Brand Image, Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Multidisiplin, 1 No.4*. Diambil kembali dari <https://greenpub.org/JIM/article/view/116/103>
- Putr, A. B., Pahrevi, D., Saragih, R., & Napitupulu, F. (2023, Mei 23). KONSTRUKSI SOSIAL KAMPANYE #INDONESIA BICARABAIK MONDAY INSPIRATION DI INSTAGRAM @PERHUMAS_INDONESIA PERSPEKTIF PETER L BERGER. *Jurnal*

Pendidikan dan Humaniora, 16 No.1. Diambil kembali dari <https://kompetensi.fkip.uniba-bpn.ac.id/index.php/jurnal-kompetensi/article/view/108>

Riyanto, A. D. (2024, February 21). Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024. *Dosen, Praktisi, Konsultan, Pembicara/Fasilitator Digital Marketing, Internet marketing, SEO, Technopreneur dan Bisnis Digital*. Diambil kembali dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>

Sagita, R. A., & Siswahyudianto. (2022, Juni). Strategi Pemasaran Dalam Pengembangan Brand Awareness pada Sentra Olahan Salak Kunara Desa Kedungrejo Kecamatan Megaluh Kabupaten. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 05 No.3. Diambil kembali dari <https://inobis.org/ojs/index.php/jurnal-inobis/article/view/233/211>

Tatasari, T. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DAGODA COFFEE. *Journal of Economics, Business, Management, Accounting and Social Sciences (JEBMASS)*.

Turnip, E. Y., & Siahaan, C. (2021, Desember 07). ETIKA BERKOMUNIKASI DALAM ERA MEDIA DIGITAL. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 3 No.4. Diambil kembali dari <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/659>

