

DAFTAR PUSTAKA

- Frederica, T., & Oktavianti, R. (2023). Pemanfaatan Media Digital sebagai Sarana Pemasaran Perusahaan Properti. *Prologia*, 7(2), 379–389.
- 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>
- Baihaky, R. (2015). *Strategi Public Relations PT. Asuransi Takaful Keluarga Dalam Membangun Citra Perusahaan* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/28213>
- Shimp, Terrence A.; Andrews, J. Craig. (2018). *Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications* (10 ed.). South-Western: Cengage Learning.
- Ruhullessin, M. F. (2022, Agustus 23). Trinit Land raih penghargaan BCI Asia Top 10 Developer. Kompas.com. <https://www.kompas.com/properti/read/2022/08/23/204500621/trinit-land-raih-penghargaan-bci-asia-top-10-developer>
- Muhammad, F. I. (2024). *Solusi desain properti untuk generasi milenial berpenghasilan menengah di Yogyakarta* [Skripsi, Universitas Islam Indonesia]. UII Institutional Repository. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/52722>
- Azwar, Zempi, C. N., Masduki, D., Hapsari, D. T., Intyaswati, D., Ayuningtyas, F., Handayani, L., Sadjijo, P., Tayibnapis, R. G., & Hendrayani, Y. (2022). *DINAMIKA KOMUNIKASI Sejarah, Teori, dan Aplikasi pada Fenomena Masa Kini*. Jakarta : Press UPN Veteran.
- Mulyana, R. N. (2022, Agustus 24). Perintis Trinit Properti (TRIN) raih Top 10 Developer Indonesia di BCI Award 2022. Kontan.co.id. <https://investasi.kontan.co.id/news/perintis-trinit-properti-trin-raih-top-10-developer-indonesia-di-bci-award-2022>
- Nurdifa, A. R. (2022, September 28). Trinit Land (TRIN) garap 3 proyek jumbo, bidik pendapatan Rp25 triliun. Bisnis.com. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20220928/47/1582123/trinit-land-trin-garap-3-proyek-jumbo-bidik-pendapatan-rp25-triliun>
- Lebo, M. (2024). *Pengaruh Lokasi dan Promosi Menggunakan Facebook sebagai*

Upaya Peningkatan Minat Pembelian Pada Tanah Kavling dan Ruko (Studi Kasus pada Konsumen Produk Tanah Kavling dan Ruko di PT Laris Abadi Indonesia kabupaten Malang). Universitas Merdeka Malang.

Dewi, N. P. S., Sulistiani, I., Dawami, A. K., Syarifuddin, Prayoga, I. M. S., Husein, M. I., Rahmi, N., Putranto, A., Putra, B. A., & Purbaningsih, Y. (2025). *Komunikasi pemasaran dan branding*. CV Rey Media Grafika.

Mukarom, Z. (2020). *Teori-Teori Komunikasi*. Bandung : UIN Sunan Gunung Djati.

Pan, L.-Y., & Chen, K.-H. (2019). A Study on the Effect of Storytelling Marketing on Brand Image, Perceived Quality, and Purchase Intention in Ecotourism. *Ekoloji Dergisi*, 2(107), 705–718.

Prasetya, M. A. B. (2020). *Analisis Struktur Atas Pada Sistem Ganda Dengan Rangka Pemikul Momen Khusus (Studi Kasus Apartemen Marcs Boulevard Di Batam)*. Universitas Mercu Buana.

Febi, P. (2021). Peran komunikasi visual pada sosial media bisnis pangan dan kuliner di tengah pandemi covid 19. *Ars: Jurnal Seni Rupa Dan Desain*, 24(2), 123–128.

Schiller, M. (2022). *Transmedia Storytelling: New Practices and Audiences*. Amsterdam : Amsterdam University Press.

Sukmi, S. N. (2016). Rethinking Teori Komunikasi Dalam Konteks Media Baru (Telaah Pemikiran Holmes tentang Komunikasi, Teknologi dan Masyarakat). *Cakrawala Jurnal Penelitian Sosial*, 4(1), 1–8.

Anjaly, H. S., & Ramdani, G. (2025). Proses Pembuatan Konten Kreatif Visual untuk Pemasaran Digital pada Sosial Media Instagram@ BOSSFOOD.OFFICIAL. *Jurnal Komputer, Informasi Dan Teknologi*, 5(1), 13–21.

Haidar, N. F., & Martadi, M. (2021). ANALISIS KONTEN VISUAL POST INSTAGRAM RILIV DALAM MEMBENTUK CUSTOMER ENGAGEMENT. *BARIK-Jurnal SI Desain Komunikasi Visual*, 2(2), 121–134.

Naningsih, D., & Ekowati, S. (2022). Peran humas dalam meningkatkan citra Muslimahdaily. Com melalui media sosial Instagram. *Ikon--Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(2), 122–129.

Sukmi, S. N. (2015). Rethinking Teori Komunikasi Dalam Konteks Media Baru (Telaah Pemikiran Holmes tentang Komunikasi, Teknologi dan Masyarakat). *Cakrawala Jurnal Penelitian Sosial*, 4(1), 1–8.