

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand*. The Free Press.
- Alfathoni, M. A. M., Triadi, S. D., & Nadila, A. (2022). Strategi kreatif proses produksi program acara Lentera Upu. *Jurnal Geuthèè: Penelitian Multidisiplin*, 5(2), 188–197.
- Azmiar, N., Sari, M., Alphy, S. M., & Fatur, R. S. (2023). Perencanaan dan pengendalian program Markombur di TVRI Sumatera Utara. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 1(2), 60–65.
- Chaerani, E. P. (2025). Strategi kreatif dalam produksi audio visual konten promosi Lumecolors pada akun TikTok @lumecolors. *Manageable*, 4(1).
- DataReportal. (2021). *Digital 2021: Global overview report*.
- Dewi, K. S. Y. K., Jati, L. J., Febriyanti, P. N., & Jemali, M. F. O. (2025). Pengembangan pelayanan, promosi, dan pemasaran digital untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan penjualan NTB Mall. *JUAN: Jurnal Pengabdian Universitas Nusantara*, 2(2), 13–19.
- Dewi, P. S. T., Susanti, A., & Putra, I. W. Y. A. (2022). The transformation of coffee shops into coworking spaces during the pandemic. In *Proceedings of the 4th International Conference on Innovation in Engineering and Vocational Education (ICIEVE 2021)* (pp. 272–278). Atlantis Press.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2004). Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59, 102168.
- Erlyana, Y., & Setiawan, D. (2020). Analisis komposisi fotografi pada foto editorial “ELEPHANTS” karya Steve McCurry. *Titik Imaji*, 2(2).
- Fauzi, & Herindiyati. (2022). [Tidak lengkap – pastikan data jurnal jika ingin dicantumkan].
- Harianto, G. R., Sedyowidodo, U., & Asmi, A. (2023). Analisis faktor yang memengaruhi Generasi Z di Jakarta dalam pemilihan transportasi umum. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*, 6(4), 245–256.

- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2008). *Kewirausahaan* (Edisi ke-7; Terj. Chriswan S. & Diana A.). Salemba Empat.
- Husain, B. A., & Setianingrum, V. M. (2025). Efektivitas event dalam promosi digital Gressmall Gresik untuk meningkatkan jumlah pengunjung. *The Commercium*, 9(2), 144–154.
- Iffada, A. R., Mansoor, A. Z., & Mustikadara, I. S. (2024). Pemetaan model AISAS dalam kampanye film Pengabdi Setan 2: Communion. *Jurnal Desain*, 11(2), 303–318.
- Januari, A. D., Rusdayanti, N., Kardian, S., & Shara, S. (2024). Urbanisasi Jakarta dan dampaknya terhadap sosial, ekonomi, dan lingkungan. *STUM: Sustainable Transportation and Urban Mobility*, 1, 21–37.
- Juliana, S. (2019). Pengaruh penempatan produk dan kesadaran merek terhadap niat beli. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 12.
- Jurel, S. (2025). The effectiveness of short-form video content (Reels, TikTok) in brand awareness and consumer engagement. *International Journal of Research Publication and Reviews*, 6(6).
- Kamyabi, M., Özgüt, H., & Ahmed, J. N. (2025). Sustaining digital marketing strategies to enhance customer engagement and brand promotion: Position as a moderator. *Sustainability*, 17(7), 3270.
- Keller, K. L. (2003). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (2nd ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*. Erlangga.
- Kushwaha, B. P., Singh, R. K., Varghese, N., & Singh, V. N. (2020). Integrating social media and digital media as new elements of integrated marketing communication for creating brand equity. *Journal of Content, Community & Communication*, 11, 52–64.
- Luxton, S., Reid, M., & Mavondo, F. (2015). Integrated marketing communication capability and brand performance. *Journal of Advertising*, 44(1), 37–46.
- Luttrell, R., Wallace, A., McCollough, C., & Lee, J. (2021). Public relations curriculum: A systematic examination of curricular offerings in social media, digital media, and analytics in accredited programs. *Journal of Public Relations Education*, 7(2), 7–32.
- Mohan, M., et al. (2010). Dynamics of urbanization and its impact on land-use/land-cover: A case study of megacity Delhi. *Journal*, 2, 1274–1283.
- Mulyani, S., Purwatiningtyas, P., & Anis, Y. (2024). Analisa dan desain konten Instagram yang menarik dan berdampak positif pada interaksi pengguna. *Rabit: Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Univrab*, 9(2), 191–200.

- Mustikarani, W. (2016). Lalu lintas di sepanjang Jalan H. Rais A. Rahman (Sui Jawi) Kota Pontianak. *Edukasi*, 14(1), 143–155.
- Nugroho, S. H., Fadhlurrahman, M., & Thabrany, S. (2023). Peningkatan brand awareness Komonsirkel melalui promotion campaign. *Jurnal Desain dan Komunikasi Visual*, 1(1), 21–29.
- Octaviana, E., Zahara, Z., Ponirin, P., & Farid, F. (2024). Peran content marketing Instagram sebagai strategi menumbuhkan brand awareness. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 289–304.
- Onggowarsito, E. J. (2024). Perancangan brand campaign untuk meningkatkan brand awareness PickYourStyle.ind. *VICIDI*, 14(1), 115–133.
- Pida, D. F., Aini, K. N., & Putri, C. A. (2025). Dampak urbanisasi terhadap perkembangan kota di Indonesia. *WISSEN: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 3(1), 226–238.
- Pramadyanto, M. R. (2022). Pemanfaatan digital marketing dalam membangun brand awareness Urbain Inc. *Komuniti*, 14(1), 69–92.
- Putri, A. H. C., Wijaya, G., Isnaini, S., & Septiani, D. (2023). Branding Kota DKI Jakarta sebagai kota kreatif bidang sastra. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(14), 17–24.
- Rabiger, M., & Hurbis, M. (2020). *Directing: Film techniques and aesthetics*. Routledge.
- Rachman, R. O., et al. (2025). Dampak kehadiran Mall Grand Indonesia terhadap kesenjangan sosial dan ekonomi masyarakat sekitar. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(6), 772–778.
- Santoso, A. P., Baihaqi, I., & Persada, S. F. (2017). Pengaruh konten post Instagram terhadap online engagement. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 6(1), D50–D54.
- Saputra, H. Y., et al. (2024). Urbanisasi dan dampaknya terhadap kualitas lingkungan. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(12), 920–926.
- Sitanggang, R., & Saribanon, E. (2018). Faktor-faktor penyebab kemacetan di DKI Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi dan Logistik*, 4(3), 289–296.
- Widyaningsih, A., et al. (2021). Coffee culture and urban settings. In *ARTEPOLIS 8 Conference*. Atlantis Press.
- Yulian, D. T., & Anik, L. A. (2018). Pengaruh brand awareness terhadap niat beli Honda PCX 150. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis ke-3*.
- Yumame, O. O., Pramono, S., & Pramudiana, I. D. (2025). Analisis dampak transportasi rel terhadap penurunan tingkat kemacetan di Jakarta. *JUPENDIS*, 3(1), 265–283.