

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, A. (2025). *Tips Iklan di Facebook*. Revou.co. <https://www.revou.co/panduan-teknis/tips-iklan-di-facebook>
- A. Firdaus. (2025). *The Influence of User-Generated Content on Brand Image*. *Jurnal Oikonomia*.
- A. Firdaus, & Lusianus Kusdibyo. (2021). *The Influence of Social Media Marketing Activities on Indonesian Local Apparel Brand Purchase Intentions*. Atlantis Press.
- Alina, S. (2019). *The Marketing Funnel as an Effective Way of the Business Strategy*. *Scientific Journal «ΑΙΟΓΟΣ. The Art of Scientific Mind»* (4).
- American Psychological Association. (2020). *Publication Manual of the American Psychological Association* (7th ed.). American Psychological Association.
- Bayu, S. D. (2021). *Unsur Brand Identity Wisata Alam Brakseng pada Pemberitaan Portal Berita*. *Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang*.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Crocker, A. (2017). *The Content Planner: A Complete Guide to Organize and Share Your Ideas Online*. International Self-Counsel Press Ltd.
- Cybulski, M. (2023). *The Role of Script Supervisor in Film Production: Maintaining Continuity and Narrative Consistency*. Routledge.
- DataReportal. (2025, Januari). *Digital 2025: Indonesia*. We Are Social & Meltwater. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Denada, P. (2017). *Peran content writer dalam kampanye digital brand di Start Friday*. Skripsi, Universitas Multimedia Nusantara.
- Fani, R. A. (2024). *Strategi konten kreatif dalam meningkatkan brand awareness dan engagement di media sosial*. *Jurnal Komunikasi Digital*, 6(1), 22–34.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi pemasaran digital: Strategi membangun brand dan perilaku konsumen di era media sosial*. Penerbit Deepublish.
- Froyo Story. (n.d.). *Profil Perusahaan Froyo Story*.
- GoodStats. (2025, Januari 10). *Media social use vs total population in Indonesia 2025*. GoodStats Indonesia. <https://goodstats.id/publication/media-social-use-vs-total-population-oWXdZ>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kusumawati, A. (2018). *Analisis Efektivitas Strategi Pemasaran Digital melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Brand Awareness*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 134–145.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2019). *Advertising & IMC: Principles and Practice* (11th ed.). Pearson.
- Oetomo, B. S. D. (2019). *Komunikasi Bisnis dalam Perspektif Kontemporer*. Deepublish.

- Riyanto, G. P., & Pertiwi, W. K. (2025, Agustus 11). *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2025 Tembus 229,4 Juta*. Kompas.com. <https://tekno.kompas.com/read/2025/08/08/16110007>
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). *Organizational Behavior* (18th ed.). Pearson Education.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sutisna. (2020). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Remaja Rosdakarya.
- Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. (2023). *Peran content creator dalam membangun citra merek pada media sosial studi kasus UMKM Dapur Fizzul*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 11(2), 145–156.
- Wibowo, A. (2022). *Digital Marketing Communication: Strategi Komunikasi Pemasaran di Era Digital*. Penerbit Andi.
- Yuniarti, A., & Prasetyo, H. (2023). *Peran Content Creator dalam Membangun Brand Image melalui Media Sosial Instagram*. Jurnal Komunikasi Kontemporer, 11(1), 45–56.
- Zahra, N., & Rahman, F. (2024). *Strategi Komunikasi Digital dalam Penguatan Brand Awareness pada Industri Kreatif*. Jurnal Komunikasi dan Media, 15(2), 89–104.

