

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. (2023). *Digital marketing communication strategy in the era of social media*. Gramedia.
- Andre, A. T. P., Wijayanti, A., & Rifa'i. (2025). Digital campaign Kanopi Hijau Indonesia dalam meningkatkan kepedulian lingkungan Generasi Z. *Sosial Horizon: Jurnal Pendidikan Sosial*. Universitas PGRI Pontianak.
- Ashley, C., & Tuten, T. (2015). Creative strategies in social media marketing: An exploratory study of branded social content and consumer engagement. *Psychology & Marketing*, 32(1), 15–27. <https://doi.org/10.1002/mar.20761>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik penduduk Indonesia 2024*. <https://www.bps.go.id>
- Effendy, O. U. (2020). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Gregory, A. (2020). *Planning and managing public relations campaigns: A strategic approach* (4th ed.). Kogan Page.
- Infopublik. (2025). *SNLIK 2025: Literasi keuangan naik, desa dan kelompok rentan jadi fokus*. <https://infopublik.id/kategori/nasional-ekonomi-bisnis/920880/snlik-2025-literasi-keuangan-naik-desa-dan-kelompok-rentan-jadi-fokus>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Wiley.
- Kozinets, R. V. (2020). *Netnography: The essential guide to qualitative social media research* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Landa, R. (2019). *Graphic design solutions* (6th ed.). Cengage Learning.
- Mashita, M., & Bonit, A. (2019). *Strategi kampanye digital dalam pemasaran produk*. Deepublish.
- Mona, N., Priyandhini, B., & Hermansyah, J. A. P. (2022). Digital campaign strategy to increase brand awareness for Darlie Indonesia's new product.

- Proceedings*, 83(1). <https://www.mdpi.com/2504-3900/83/1/24>
- Nurussyahadah, S. (2025). Strategi kampanye digital: Studi kasus pemanfaatan media sosial oleh kader muda Perindo. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIPOL)*. STISIPOL Raja Haji. <https://journal.stisipolrajahaji.ac.id/index.php/jisipol/article/view/193/156>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei nasional literasi dan inklusi keuangan 2022*. <https://ojk.go.id>
- Otoritas Jasa Keuangan, & Badan Pusat Statistik. (2025). *OJK dan BPS umumkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2025*. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-Dan-Inklusi-Kuangan-SNLIK-Tahun-2025.aspx>
- Percy, L. (2018). *Strategic integrated marketing communications* (3rd ed.). Routledge.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (2018). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. Springer.
- Populix. (2023). *Persepsi generasi muda terhadap produk asuransi di Indonesia*. <https://www.populix.co>
- Prayogo, R. R., Santoso, A., & Wibowo, A. (2023). Pengaruh pengalaman merek terhadap citra dan kesadaran merek. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(2), 85–96.
- Sagita, R., & Siswahyudianto. (2022). Strategi komunikasi pemasaran digital dalam meningkatkan brand awareness. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 45–56.
- Santiyuda, P. C., Purnawan, N. L. R., & Gelgel, N. M. R. A. (2023). Kampanye #BerkainGembira dalam membangun awareness budaya lewat media sosial. *JIKOM: Jurnal Ilmu Komunikasi*. Universitas Nusa Cendana. <https://ejurnal.undana.ac.id/index/index.php/JIKOM/article/download/7365/4439>
- Saputra, H., & Wahyu A. B., N. (2020). Perancangan komunikasi visual kampanye digital pelestarian cerita rakyat Indonesia pada anak “Cerita

Dari”. *Jurnal ANGGADA*. Universitas Mercu Buana.
<https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/anggada/article/download/12981/4745>

Sendari, A. (2019). *Media sosial dan perubahan gaya hidup masyarakat digital*. Gramedia.

Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social media marketing* (3rd ed.). SAGE Publications.

We Are Social, & Meltwater. (2025). *Digital 2025: Indonesia*.
<https://datareportal.com>

