

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Gunawan, S. P. I., Murtopo, S. E., Nasrudin, S. H., & Ap, M. *Pengembangan Media Pembelajaran Dengan Google Podcast*. Medan: Cv. Pusdikra Mitra Jaya.

Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Medan: Wal Ashri Publishing.

Juhji, F., Marantika, N., Gumilar, R., Palindih, L., & Apud, H. M. (2020). *Manajemen Humas Sekolah* (Vol. 5). Bandung: Penerbit Widina.

Kusuma, A. H. P., Sudirman, A., Purnomo, A., Aisyah, S., Sahir, S. H., Rumondang, A., & Simarmata, J. (2020). *Brand Management: Esensi, Posisi dan Strategi*. Medan Yayasan Kita Menulis.

Morissan, S. H. (2014). *Manajemen public relations*. Jakarta: Kencana.

Mulyadi, S. (2019). *Manajemen Humas dan Publik Opinion Building* (Vol. 149). Kabupaten Pamekasan: Duta Media Publishing.

Pakpahan, A. F., Ardiana, D. P. Y., Mawati, A. T., Wagiu, E. B., Simarmata, J., Mansyur, M. Z., ... & Iskandar, A. (2020). *Pengembangan media pembelajaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Widyawati, N. (2014). *Etnisitas dan Agama Sebagai Isu Politik: Kampanye JK-Wiranto Pada Pemilu 2009*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Wijaya, H. (2019). *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.

Jurnal Nasional:

Adityawan, O. (2015). *Visualisasi Kampanye Kesehatan Remaja Dalam Media Cetak*. *Jurnal Sketsa*, 2(1): Universitas BSI Bandung.

- Adrian, D., & Mulyandi, M. R. (2021). *Manfaat Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Pembentukan Brand Awareness Toko Online*. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(2), 215-222: Universitas Matana.
- Agustin, R. (2020). *Perancangan Kampanye Kesehatan “Fitformation” dalam Gerak Aktif dan Hidup Sehat*. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 83-92: The London School of Public Relations Jakarta
- Alverawaty, K., & Sunaryo, R. (2019). *Strategi Campaign Samsung Galaxy A Series 2017 Melalui Event “The A Lab” dalam Meningkatkan Brand Loyalty*. *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 16(1), 35-48: IISIP Jakarta
- Andhani, A. Z., & Yanitama, G. (2021). *Analisis Penerapan Sistem Ina-Cbg’S Rawat Jalan Guna Menunjang Efektivitas Kerja Pmik Di Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung*. *Infokes (Informasi Kesehatan)*, 5(1), 17-27: Politeknik Piksi Ganesha.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian*. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
- Batubara, J. (2017). *Paradigma penelitian kualitatif dan filsafat ilmu pengetahuan dalam konseling*. *Jurnal Fokus Konseling*, 3(2), 95-107: UIN Imam Bonjol Padang.
- Danuri, M. (2019). *Perkembangan Dan Transformasi Teknologi Digital Nomor II Th. XV*, Amik JTC Semarang.
- Fatimah, S. (2018). *Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu*. *Resolusi*, 1 (1), 5–16: Universitas Diponegoro.
- Hasanah, H. (2017). *Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial)*. *At-Taqaddum*, 8(1), 21-46: Universitas Islam Negeri Semarang.
- Hutabarat, P. M. (2020). *Pengembangan podcast sebagai media suplemen pembelajaran berbasis digital pada perguruan tinggi*. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 2(2): Universitas Indonesia.
- Immanuel, J. (2021). *Strategi kampanye Alzheimer Indonesia #janganmaklumdenganpikun Dalam Membangun Kesadaran Akan Isu*

- Demensia. PProfesi Humas*, 6(1), 67-88: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya
- Ivan, Y. I., & Jatisidi, A. (2019). *Perancangan Strategi Digital Campaign “Pigijo” Untuk Meningkatkan Brand Awareness*. *PANTAREI*, 3(04): Universitas Budi Luhur
- Keke, Y. (2015). *Komunikasi Pemasaran terpadu terhadap brand awareness*. *Jurnal manajemen bisnis transportasi dan logistik*, 2(1), 172-186: STMT Trisakti.
- Malik, A., & Nugroho, A. D. (2016). *Menuju paradigma penelitian sosiologi yang integratif*. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 10(2), 65-84: IAIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
- Mekarisce, A. A. (2020). *Teknik pemeriksaan keabsahan data pada penelitian kualitatif di bidang kesehatan masyarakat*. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145-151: Universitas Jambi
- Musyarrofah, M. (2018). *Peran humas dalam pengembangan pendidikan tinggi*. *Jurnal Idaarah*, 2(1), 293-304: Universitas Nurul Jadid.
- Piscayanti, K. S. (2014). *Studi Dokumentasi dalam Proses Produksi Pementasan Drama Bahasa Inggris*. *Jurnal Pendidikan dan Pengajaran*, 47(2-3): Universitas Pendidikan Ganesha
- Pranata, R. (2018), *Peran Kesadaran Merek (Brand Awareness) Dalam Memediasi Hubungan Iklan Oppo Dengan Niat Beli Konsumen*. Vol. 7, No. 10: Universitas Udayana.
- Purwanti, P., Sarwani, S., & Sunarsi, D. (2020). *Pengaruh inovasi produk dan brand awareness terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Unilever Indonesia*. *Inovasi*, 7(1), 24-31.
- Putri, P. M. (2014). *Analisis Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merek Indomie (Studi: Pada Pengunjung Carrefour Lebak Bulus Jakarta Selatan)*: Doctoral dissertation, STIE Indonesia Banking School.
- Rahardjo, M. (2017). *Desain penelitian studi kasus: Pengalaman empirik*: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

- Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ahmad Rizali Jurnal UIN Antasari: UIN Antasari Banjarmasin*.
- Rosaliza, M. (2015). *Wawancara, Sebuah interaksi komunikasi dalam penelitian kualitatif. Jurnal Ilmu Budaya, 11(2), 71-79: Universitas Riau*
- Subekti, T. (2015). *Penggunaan Media Audio Elektronika Wireless Microphone Untuk Meningkatkan Partisipasi Siswa SD Pada Pembelajaran Bahasa Indonesia. JURNAL TRANSFORMASI, 11(2): STMIK Bina Patria.*
- Suprajogo, T. (2017). *Aktor Peran Utama Pendidikan Anak Di Era Digital: Keluarga Atau Lingkungan?. Yaa Bunayya: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini, 1(1), 13-20: Universitas Muhamadiyah Jakarta.*
- Wahid, U., & Puspita, A. E. (2017). *Upaya peningkatkan brand awareness PT. Go-Jek Indonesia melalui aktivitas marketing public relations. Jurnal Komunikasi, 9(1), 31-43: Universitas Budi Luhur.*
- Wicaksono, M. P. A., & Seminari, N. K. (2016). *Pengaruh iklan dan word of mouth terhadap brand awareness traveloka (Doctoral dissertation, Udayana University).*

Jurnal Internasional:

- Akbar, S. I., & Özgül, E. (2018). *Impact of social media usage activities on brand awareness of young consumers. Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 33(1), 217-234.*
- Bilgin, Y. (2018). *The effect of social media marketing activities on brand awareness, brand image and brand loyalty. Business & management studies: an international journal, 6(1), 128-148.*
- Çizmecci, F., & Ercan, T. (2015). *The Effect of Digital Marketing Communication Tools in the Creation Brand Awareness By Housing Companies. Megaron, 10(2), 150-160*
- Krishnaprabha, S., & Tarunika, R. (2020). *An analysis on building brand awareness through digital marketing initiatives. international Journal of research in engineering, Science and Management, 3(7), 266-270.*

Saydan, R., & Dulek, B. (2019). *The impact of social media advertisement awareness on brand awareness, brand image, brand attitude and brand loyalty: a research on university students. International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*, 9(2), 470-494.