DAFTAR PUSTAKA

Aditya, R. N., Diniati, A., & Telkom, U. (n.d.). *STRATEGI DIGITAL CAMPAIGN # SINIOBROLIN DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS*.

Adzani, D. M. (2020). *Pemanfaatan Podcast dan Instagram Oleh Komunitas Literatif sebagai Media Penyebaran Informasi Bidang Perpustakaan*. *4*(3), 327–342.

Ahmadi, N. K., & Herlina. (2017). Analisis Segmentasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Magister, Vol 03. No.01, Januari 2017*, *03*(01), 75–95.

Ananda. (2019). Media Komunikasi: Fungsi, Jenis, Pengertian Menurut Para Ahli. In *Gramedia.com*.

Angelica, S., Natadjaja, L., Febriani, R., Studi, P., Komunikasi, D., Seni, F., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2017). *PERANCANGAN BRANDING DAN PROMOSI SWEEKEN HOMEMADE CHICKEN WINGS*. 1–11.

Dewi, I., Irawan, R., Darmayuda, I. K., & ... (2022). Proses Produksi Program Podcast Berbasis Audio-Visual sebagai Media Penyebaran Informasi Proses Kreatif Musisi Pop Bali. *Journal of Music …*. http://jurnal.isi-dps.ac.id/index.php/jomsti/article/view/1972

Fitriansyah Program Studi Penyiaran Akademi Komunikasi BSI Jakarta, F., & Sitasi, C. (2018). Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja). *Cakrawala*, *18*(2), 1–8. http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawalahttps://doi.org/10.31294/jc.v18i2

Hanifiandaru, Satrio Adi, & Pramonojati, T. A. (2021). Pengaruh Podcast di Spotify Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Hiburan Di Kalangan Remaja Kota Bandung. *Journal Eproc, B (5)*(5), 7101–7114.

Hidayat, B. A., Setiawan, K., & Mariati, M. (2022). Perancangan visual promosi podcast dongeng nusantara. *Rupaka*. http://journal.untar.ac.id/index.php/Rupaka/article/view/18204%0Ahttp://journal.untar.ac.id/index.php/Rupaka/article/viewFile/18204/10102

Ihwan, H. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pemebelian Produk Scuter Matic Yamaha Mio Pada PT. Suracojaya Abadi Motor Cabang Pangkep. *Universitas Negeri Makasar*. http://eprints.unm.ac.id/19583/%0Ahttp://eprints.unm.ac.id/19583/1/JURNAL HAERUL IHWAN.pdf

Kementerian Komunikasi dan Informatika. (n.d.). https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Intern et+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker

Mayangsari, D., & Tiara, D. R. (2019). Podcast Sebagai Media Pembelajaran Di Era Milenial. *Jurnal Golden Age*, *3*(02), 126. https://doi.org/10.29408/goldenage.v3i02.1720

NISP, R. O. (2022). Segmentasi Pasar: Pengertian, Tujuan, Manfaat, Jenis, Contoh. In *Https://Www.Ocbcnisp.Com/* (p. 1). https://www.ocbcnisp.com/id/article/2022/03/11/segmentasi-pasar-adalah

Nugraha, A. (2018). *Proses Branding Kallia Coffee Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis*. 1–87.

Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, *2*(4), 471–484. https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459

Pelajar, D., & Kabupaten, D. I. (2018). *The role of social media in the improvement of selected participation of students based on students in bogor regency*. *20*(2), 154–161.

Saepuloh. (n.d.). *Strategi Komunikasi (Pengertian, Teknik, Langkah dan Hambatan) | SMA NEGERI 3 CIKARANG UTARA*. https://sman3cikarangutara.sch.id/read/4/strategi-komunikasi-pengertian-teknik-langkah-dan-hambatan

Safitri, Y., Evelina, L. W., & Syahputra, N. E. (2021). the Influence of Social Media Branding on Customer Engagement for Jakarta Sustainable Transport. *International Journal of Organizational Business Excellence*, *3*(2), 41–48. https://doi.org/10.21512/ijobex.v3i2.7122

Santhia, B. A., Soedarsono, D. K., Studi, P., Komunikasi, I., & Telkom, U. (n.d.). *SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN INFORMASI PADA GENERASI Z THE ROLE OF BANDUNG CITY COMMUNICATION AND INFORMATICS DEPARTMENT PODCAST AS INFORMATION DISSEMINATION MEDIA TO*.

Smb, A., Bersama, S. M., Komunikasi, M. P., & Komunikasi, M. P. (n.d.). *STRATEGI DIGITAL BRANDING SMB TELKOM UNIVERSITY MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM Program Studi S1 Digital Public Relations , Fakultas Komunikasi dan Bisnis , Universitas*.

Storytelling, S., & Dan, S. (2020). *Strategi storytelling, spreadability dan monetization podcast sebagai media baru komedi*. *3*, 140–160.

Sya, C., Misnawati, D., Jend, J., & No, A. Y. (2020). *PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @ YHOOPHII _ OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN*. *14*(1), 32–41.

Tambunan, N. (2018). Pengaruh Komunikasi Massa Terhadap Audiens. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, *4*(1), 24. https://doi.org/10.31289/simbollika.v4i1.1475

Vivian, S. (2020). Pengaruh Brand Image dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z pada Produk Starbuck. *Jurnal Transaksi*, *12*(1), 51–66.

Widiawati, N. lLuh. (2021). Bagaimana Perkembangan Media Sosial di Era Digital Saat Ini? In *Artikel*.