

## DAFTAR PUSTAKA

### Referensi Buku :

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. The Free Press.
- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. The Free Press.
- Aaker, D. A. (2000). *Brand Leadership: Building Assets in an Information Economy*. The Free Press.
- Aaker, D. A. (2015). *Aaker On Branding 20 Principles That Drive Success*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Ainurrofiqin, M. (2023). *Teknik Branding 5.0: Tingkatkan Brand Awareness Di Era 5.0*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Grunig, J., & Dozier, D. (2003). *Excellent Public Relations and Effective Organizations*. Routledge.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). Sage Publications.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Poulis, A., Rizomyliotis, I., & Konstantoulaki, K. (2017). *Digital Branding Fever*. New York: Business Expert Press.
- Rowles, D. (2022). *Digital Branding: A Complete Step-by-Step Guide to Strategy, Tactics, Tools and Measurement* (3rd ed.). New York: Kogan Page.
- Sudrajat, E. (2023). *Branding di Era 5.0: Ide-Ide Untuk Meningkatkan Kesadaran Merek Dengan Cara Sederhana, Murah, dan Tepat Sasaran*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Sugiyono, P. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. (2022). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Wibowo, A. (2021). *BRANDING DIGITAL ( Merek Digital )*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Yin, Robert K. (2015). *Studi Kasus: Desain & Metode*; Penerjemah, M. Djauzi Mudzakir. Jakarta: Rajawali Pers.
- Young, A. (2010). *Brand Media Strategy: Integrated Communications Planning in The Digital Era*. New York: Palgrave Macmillan.
- Yunus, U. (2019). *Digital Branding*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

### Referensi Jurnal :

- Adhikara Candraditya Natadisastra, Martha Tri Lestari, Rifqi Abdul Aziz (2024). Digital Branding of Bank BJB Cibinong in Building BJB DIGI Awareness via Instagram. *Makna Scientific Journal of Communication Vol. 12, No. 1, February 2024, pp. 45 - 56*
- Afni Dwi Damayanti, Sugandi. (2024). Analisis Komunikasi Keterbukaan Diri Melalui Akun Kedua Instagram Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 Universitas Mulawarman, *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 2024
- Annisa, A. R. (2023). *Digital branding Es Coklat Cokot Pusat Melalui Instagram @Escoklatcokot Dalam Meningkatkan Brand awareness. IAIN Surakarta Repository.*
- Arriza Indah Choerotun Nisa, Tri Susanto. (2023). Strategi Public Relations Dalam Membangun Brand Image Melalui Media Sosial Pada Afsha Official. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting, 2023*
- Bara Lay, John., & Wahyono , Hadi 2. (2018). Dampak Pengembangan Pos Lintas Batas Negara (Plbn) Motaain Pada Kawasan Perbatasan RIRDITL Di Kabupaten Belu Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota*, vol 14(1), 29 - 39
- Devina, F. A., Lukman, A. S., & Aprilia, I. (2023). Implementation of Cyber Public Relations by Digma Agency to Increase Mimume Brand Awareness Through the Instagram Platform. *Educationist: Journal of Educational and Cultural Studies.*
- Fathimah Nadia Qurrota A'yun. (2020). MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA JIHAD. *Islamic Review : Jurnal Riset dan Kajian Keislaman*
- Fellanny, P., & Paramita, S. (2023). Analisis Digital Branding pada Media Sosial Akun Instagram. *E-Journal Untar.*
- Ganiem, L. M., & Agustina, A. (2023). Cyber Public Relations Strategies for Enhancing Public Engagement: A Case Study of Koja Hospital Instagram. *Athena: Journal of Social, Culture and Society.*
- Heru Wijayanto Aripardono (2020). Penerapan Komunikasi Digital Storytelling Pada Media Sosial Instagram, *Teknika*

- Kamadi, Y., Aras, M., Andriani, N., & Bayani, H. D. (2022). ENHANCING BRAND AWARENESS THROUGH DIGITAL COMMUNICATION STRATEGIES. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*.
- Kurniasih, F. (2023). STRATEGI *DIGITAL BRANDING* HUMAS KOTA BANDUNG (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi *Digital branding* Humas Kota Bandung dalam Membangun Kebiasaan Berolahraga Masyarakat Kota Bandung Melalui Instagram @humas\_bandung Di Era Adaptasi Kebiasaan Baru). *eLibrary Unikom*.
- Kusuma, K. (2018). Activities of the Cyber Public Relations of O Chanel TV in. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*.
- Muhamad Ali Sukrajap. (2013). Analisis Pengaruh Atribut Iklan Televisi terhadap Ekuitas Merek, *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*
- Mulyadi, D. (2022). PERANCANGAN STRATEGI BRANDING PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SMART VILLAGE NUSANTARA DIREKTORAT DIGITAL BUSINESS TELKOM TAHUN 2022. *Open Library Telkom University*.
- Nur Fadilatul Ilmiyah, Annisa' Annisa', Azizatul Fitriyah, Berlyana Sukma Vebyanti. (2020). ANALISIS MOTIF ANYAMAN DAN AKTIVITAS FUNDAMENTAL MATEMATIS DALAM SENI MENGANYAM DI DESA PLAOSAN KABUPATEN KEDIRI, *Alifmatika: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Matematika*
- Nur'aini, R. D. (2020). PENERAPAN METODE STUDI KASUS YIN DALAM PENELITIAN ARSITEKTUR DAN PERILAKU. *Journal UNY*.
- Puspitasari, D. P. (2023). Perancangan Konten Marketing Dalam Meningkatkan Brand Awareness Melalui Media Tiktok Pada UMKM Kampoeng Radjoet Tahun 2023. *Open Library Telkom University*.
- Ramadhan, M. F. (2023). PERANCANGAN CONTENT MARKETING DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PRODI D3 MANAJEMEN PEMASARAN UNIVERSITAS TELKOM TAHUN 2023. *Open Library Telkom University*.
- Solikhah, L. I. (2023). *Digital branding* Yasscase Melalui Akun Instagram @hpsoloandcase Dalam Mempertahankan Brand awareness. *IainSurakarta*.

- Suryaningsih, F. A. (2023). *Digital branding Uin Raden Mas Said Surakarta Melalui Instagram Untuk Meningkatkan Brand awareness. IAIN Surakarta Repository.*
- Susilo, A., & Putra, R. K. (2019). *Cyber PR Strategy on Start-Up Company in Building Brand Awareness (Study on Indonesia Start-Up Company: Jendela360). Atlantis Press.*
- Trie Ananda, Franindya Purwaningtyas, Dinda Permata Sari. (2023). Analisis Perkembangan Literasi Digital terhadap Perilaku Penelusuran Informasi Ilmiah di Instagram pada Mahasiswa UINSU, *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting,*

**Referensi Website :**

- Annur, C. M. (2023, September 20). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023.* Retrieved from Databooks Katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>. Diakses pada 24 Januari 2024.
- Kemp, S. (2023, Februari 9). *DIGITAL 2023: INDONESIA.* Retrieved from Data Reportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>. Diakses pada 24 Januari 2024.
- Widi, S. (2023, Februari 3). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023.* Retrieved from Data Indonesia: <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>. Diakses pada 24 Januari 2024.