

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Junal

- Autar, N., Saleh, R., & Susilawati, N. (2022). Strategi Branding Qnoy Ibrahim Dalam Membangun Brand Image di Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 1(7). [www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP](http://www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP)
- Indriati, L., & Fadhila, A. N. (2020). *Perancangan Visual Brand Communication Bank Sampah Induk Surabaya*. 5, 38–38. <https://doi.org/10.25124/rupa.v5i1.2936>
- Ismaulidina, Juliana Hasibuan, E., & Wal Hidayat, T. (2020). *Strategi Komunikasi Public Relation Dalam Membangun The Role of the Social Service in Dealing with the Problem of Social Violence Against Children in North Sumatra Province*. Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM), 2(1), 14–14.
- Malik, A., Aris, D., Nugroho, D., Sulthan, I., Saifuddin, T., & Alamat, J. (2016). *Menuju Paradigma Penelitian Sosiologi yang Integratif*. In *Menuju Paradigma Penelitian Sosiologi yang Integratif Sosiologi Reflektif* (Vol. 10, Issue 2).
- Mushlih, A. (2018). *Implementasi Strategi Branding Entrepreneur di TK Khalifah Sewon Yogyakarta*. : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini, 2(2), 18–19. <https://doi.org/10.29313/ga.v2i2.4292>
- Mustari, N., Hartaman, N., Sahrir, V. A., Aulia, N. R., & Atirah, S. (2021). *Branding Pariwisata Dalam Pengembangan Objek Wisata di Kabupaten Majene*. Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan, 10(10), 280–280. <https://doi.org/10.14710/jiip.v6i2.11912>
- Oktaviani, F. (2018). *Strategi Branding Public Relations "Jendela Alam" Dalam Mengembangkan Produk Agrowisata*. (MediaTor), 11(2), 203-213.
- Rahmadhani, Y. (2017). *Strategi Branding Portal Online WWW.Tripriau.Com Dalam Membangun Brand Awareness Sebagai Portal Online Pariwisata Provinsi Riau*. Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau, 4, 7–7.
- Riyanto, A., Primiana, I., Yunizar, & Azis, Y. (2018). *Disruptive Technology: The Phenomenon of FinTech towards Conventional Banking in Indonesia*. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, 407(1), 1–1. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/407/1/012104>
- Sari, A., & Susilawati, E. (2021). *Branding dan Kelanggengan Merek: Studi Pada Public Relations Kusuma Sahid Prince Hotel Solo*. Academic Journal of Da'wa and Communication, 2(1), 56–56. <https://doi.org/10.22515/ajdc.v1i1.3298>
- Sari, S., & Yulianti, N. (2016). *Komparasi Strategi Brand (Branding) Mystylez Dance Studio Dengan Wannabe Pro Dancer*. 2(1), 314–315.
- Supriatna, K., & Hidayat, D. (2021). Digital Branding @Arisancuankita Melalui Sosial Media Instagram. *Communication Journal*, 4(2), 212–212. <https://doi.org/10.30596%2Fpersepsi.v4i2.8153>
- Tamitiadini, D., & Andrian, M. (2019). *Strategi Brand Communication Pada Rebranding Galaxy Property Dalam Membentuk New Brand Identity*. 3–4. <http://repository.ub.ac.id/174362/>
- Umanailo, M. C. B. (2019). *Neo Positivisme- Positivisme- Post positivisme*. 1. <https://doi.org/10.31219/OSF.IO/BZ4YH>
- Valentyna, C., & Tua, H. (2016). *Inovasi Pelayanan PT. Pos Indonesia Dalam Menghadapi Persaingan Jasa Pengiriman Uangan (Studi Kasus PT. Pos Indonesia di Pekanbaru)*. JOM FISIP, 3(2), 10–10.

Wainira, M., Liliweri, Y., & Mandaru, S. (2021). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @kopipapaganteng)*. Jurnal Communio, 10(2), 139–139.

Yosephine, M., & Diniati, A. (2021). *Strategi Public Relations Sinar Mas Land Dalam Membangun Brand Image Perusahaan*. PRofesi Humas, 5(2), 209–209.

### Sumber Buku

Abdussamad, Zuchri. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. In P. Rapanna (Ed.), *e-book: Vol. x* (1st ed., pp. 33–33). Syakir Media Press.

Ainurrofiqin. Moh (2021). *99 Strategi Branding Di Era 4.0* (F. Husaini, Ed.; 1st ed., pp. 168–170). Quadrant.

Ginantra, N., Simarmata, J., A, R., Tojiri, M., Purba, Duwila, A., Siregar, M., Nainggolan, L., Marit, E., Sudirman, A., & Siswanti, I. (2020). *Teknologi Finansial: Sistem Finansial Berbasis Teknologi di Era Digital*. In A. Rikki (Ed.), *E-Book: Vol. xiv* (1st ed., pp. 1–2). Yayasan Kita Menulis.

Panorama, Maya., Muhajirin (2017). *Pendekatan Praktis (Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif)* (1st ed., Vol. 8, pp. 13–13). Idea Press.

Prasetyo, B., & Febriani, N. (2020b). *Strategi Branding (Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis)*. In *E-Book* (1st ed., pp. 3–32). UB Press.

Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. In Google Book: Vol. viii (1st ed., pp. 1–1). Deepublish.

Sudaeson, A., Kumiullah, Z., Purba, P., Halim, F., Simarmata, H., Sipayung, R., Purba, B., Sudirman, A., & Manullang, O. (2020). *Manajemen Merek*. In A. Karim (Ed.), Google Book (1st ed., Vol. 14, pp. 52–53). Yayasan Kita Menulis.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Untuk Penelitian yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, dan Konstruktif)* (S. Suryandari, Ed.; 3rd ed., pp. 25–189). Alfabeta.

Sulianta. (2015). *Keajaiban sosial media* (1st ed., pp. 5–7). PT Elex Media Komputindo.

Wibowo, L., & Priansa, D. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran* (1st ed., Vol. 14, pp. 205–221). Afabeta.

### Sumber Website

Aulia, M. (2021, November 3). *Belum Akhir Tahun, PosPay Tembus Target Diunduh 1 Juta Pengguna*. News. <https://www.msn.com/id->

Natalia, M. (2021, September 11). *Tingkatkan Daya Saing, Ini 7 Transformasi Modern Pos Indonesia*. INews. <https://www.inews.id/finance/bisnis/tingkatkan-daya-saing-ini-7-transformasi-modern-pos-indonesia>

Naviandri. (2021, October 8). *PT Pos Indonesia raih 4 Penghargaan Top GRC Award 2021*. MEDIA INDONESIA.

<https://mediaindonesia.com/ekonomi/438551/pt-pos-indonesia-raih-4-penghargaan-top-grc-award-2021>

<https://mediaindonesia.com/ekonomi/438551/pt-pos-indonesia-raih-4-penghargaan-top-grc-award-2021>

**Sumber Lainnya**

Hardiyana, R. (2022). *Alasan PT Pos Indonesia (Persero) bertansformasi*