

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Z. A., Azhari, T. Z., Esfandiar, W. N., Nuryaningrum, N., Syifana, A. F. D., & Cahyaningrum, I. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk Umkm Di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 10(1). <https://doi.org/10.15642/jki.2019.9.2.239-263>
- Aginsha, Y. J., Dwiningtyas, H., Studi, P., & Komunikasi, I. (2025). *Strategi Komunikasi Brand Activation Wellness Tourism Desa Wisata Lerep Sebagai Project Manager dan Strategist*. Interaksi Online, Vol. 13(No 2). <https://fisip.undip.ac.id>
- Aisyah, S., & Harto, B. (2024). *Analisis Customer Journey dalam Meningkatkan Customer Experience Pelanggan di Fore Coffee Shop yang Berbasis Teknologi*. EKOMA : Jurnal Ekonomi, 3(3).
- Alamsyah, F. S., Sutomo, M., Zahara, Z., & Palawa, Muh. R. (2024). *Analisis Strategi Digital Branding Dalam Konten Media Sosial Terhadap Peningkatan Dampak Dan Jangkauan Pada Badan Pusat Statistik Kota Palu*. Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Ilmu Ekonomi (JASMIEN), 04(04). <https://doi.org/10.54209/jasmien.v4i04.680>
- Almas Andina, S., & Aliyah, I. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Dalam Mengunjungi Wisata Budaya Candi Borobudur*. 22(3).
- Amin, A., & Azizan, N. (2024). *Strategi Komunikasi Digital Dalam Pemasaran: Analisis Efektivitas Kampanye Di Platform Sosial Media*. Jurnal Komunikasi, Vol. 2(No. 12), 926–933.
- Anargya, N. T. A., & Rahmiaji, L. R. (2025). *Strategi Peningkatan Brand Awareness Palette Coffee & Space Pada Segmentasi Generasi Z Di Kota Semarang, Jawa Tengah Sebagai Project Leader, Strategist, Dan PIC Program*. Interaksi Online, Vol. 13(No 2). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/50212>
- Anishkina, Y. (2021). *Social Media Marketing Campaign Plan for the Case Company: Global Trade and Exhibition Oy*. University of Applied Sciences.
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). *Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu* (Vol. 9, Issue 2).
- Audina, D. Z. (2024). *Pembuatan Social Media Campaign #GaleriItahunpadiumkm Di Media Sosial Instagram Padi Umkm Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness*.
- Bu, Y., Parkinson, J., & Thaichon, P. (2021). *Digital Content Marketing As A Catalyst For E-WOM In Food Tourism*. Australasian Marketing Journal, 29(2), 142–154. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2020.01.001>
- Darman, F., Ciptosari, F., Paulus, Y., & Wadhi, H. (2024). *Analisis Customer Journey Pengguna Noabike: Strategi Pemasaran Digital dan Transportasi Berkelanjutan*

di Labuan Bajo (Vol. 18, Issue 2). <https://doi.org/10.9744.pemasaran.18.2.107-114>

- Fani, M. A. A. H. M., Daulay, A. N., & Harianto, B. (2024). *Strategi Konten Kreatif Dalam Membentuk Citra Merek Di Media Sosial (Studi Kasus Pada Usaha Konten Kreatif Yelo Studio)*. Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora, 7(3). <https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya307>
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2021). *Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan*. Jurnal Inovasi, 15(1), 54–61. <https://doi.org/10.33557/ji.v15i1.2204>
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (Tim Qiara Media, Ed.). Penerbit Qiara Media.
- Fitriani, Y. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital*. Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research, 5(4), 1006–1013. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i4.609>
- Gunawan, D. (2020). *Pengaruh Social Media Campaign Dan Online Promotion Terhadap Purchase Intention Pada Gojek Indonesia Di Surabaya*. Jurnal Strategi Pemasaran, Vol. 7(No. 1).
- Habib, O. F. ilma F. H., & Mu'awanah, S. (2023). *Proses Produksi Program Sapa Pagi di MADUTV: Studi Kualitatif Tahapan Produksi*. Civil Officium: Journal of Empirical Studies on Social Science , 3(1). <https://doi.org/10.53754/civilofficium>
- Herdayani, S., Safa'atul Barkah, C., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). *Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review*. Jurnal Administrasi Bisnis, 18(2), 103–121. <https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5878.103-121>
- Iqbal, M., & Nugraha, Z. A. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial dalam Kampanye Digital #WasteDownBeautyUp oleh Sukin dan Sociolla*. Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial, 1(3), 296–312. <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v1i3.2832>
- Kurniasari, E., Safitri, S. R., & Mardiana, M. (2022). *Perancangan User Persona Dan Customer Journey Map Sebagai Representasi Pengguna Sistem Repository Perpustakaan Universitas Lampung*. Journal of Documentation and Information Science, 5(1), 22–31. <https://doi.org/10.33505/jodis.v5i1.176>
- Makbul, M. (2021). *Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian*.
- Maksudi, G. A., Nugrahani, R. U., & Priastuty, C. W. (2024). *Perencanaan Content Marketing Media Sosial Instagram Perusahaan Nex Parabola dalam Meningkatkan Brand Awareness*.
- Margaretha, L., Sari, A., & Toni, A. (2020). *Perencanaan dan Evaluasi Public Relations Program CSR Bring Back Our Bottle pada Perusahaan The Body Shop Indonesia*. Jurnal Pewarta Indonesia, 2(1). <https://doi.org/10.25008/jpi.v2i1.25>

- Milyane, T. M., Umiyati, H., Putri, D., Juliastuti, Akib, S., Daud, R. F., Dawami, Rosemary, R., Athalarik, F. M., Adiarsi, G. R., Puspitasari, M., Andi, Ramadhani, M. M., & Rochmansyah, E. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (A. Masruroh, Ed.). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Mona, N., & Pramulia, R. R. F. (2022). *Peran Copywriter Dalam Membangun Brand Awareness Sarimi Puass Di Instagram*. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 5(1). <https://doi.org/10.7454/jsht.v5i1.1019>
- Muis, M. R., Gultom, D. K., Jufrizen, J., & Azhar, M. E. (2020). *Model Elektronik Word of Mouth: Citra Destinasi, Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 1–19. <https://doi.org/10.30596/jimb.v21i1.3694>
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi Kasus Deskriptif Komunikasi Pemasaran Produk Polycrol Forte Melalui Akun Instagram @Ahlinyaobatmaag)*. *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(1).
- Nafsyah, A. S., Maulidyah, S. R., Nurlia, A. S., & Adhyanti, W. P. (2022). *Analisis Konten Media Sosial Instagram By.U Sebagai Media Penyebaran Informasi & Komunikasi*. 2(2), 1–11. <https://massive.respati.ac.id>
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Harfa Creative.
- Ni'matul Rohmah, N., & Supriyatno, W. (2021). *Deskriptif Efektifitas Pemasaran Online Melalui Analisis Insight Akun Instagram @Instalombok_*. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 5(1).
- Novitaningtyas, I., Giovanni, A., & Lionora, C. A. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Di Kawasan Balkondes Borobudur*. 9(1). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp28>
- Nugraheni, A., & Toni, A. (2022). *Peran Public Relation Dalam Csr “Program Wash” Pt Aqua Danone Indonesia*. *Maret*, 5(1), 106–120.
- Nurhayati, & Islam, M. A. (2022). *Perancangan Konten Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Dedado Batik Di Surabaya*. *Jurnal Barik*, 3(2), 112–124. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Okmeydan, C. K., & Özkan, I. (2023). *Social Customer Journey Map: A Research on Communication Agencies*. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, 44, 90–108. <https://doi.org/10.17829/turcom.1195774>
- Pedro Bautista, & Ririh Dwiantari. (2023). *Marketing Public Relations dalam Program CSR Kiyopi Kopi melalui Media Sosial*. *Jurnal Riset Public Relations*, 77–84. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v3i2.2332>
- Pires, P. B., Santos, J. D., & Pereira, I. V. (2024). *Digital Marketing Analyzing Its Transversal Impact* (P. B. Pires, J. D. Santos, & I. V. Pereira, Eds.). CRC Press. <https://doi.org/10.1201/9781003384960>

- Putra, R., & Furrie, W. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Optimalisasi Media Sosial Instagram Nafas Pertama*. Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi (JIMIK), 5(3). <https://journal.stmiki.ac.id>
- Rafiq, A. (2020). *Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat*. Global Komunikas, 3(1).
- Sari, Y., & Utami, N. W. (2021). *Komunikasi Pemasaran Digital sebagai Tantangan Teknologi Digital Marketing Communication as a technology challenge* (Vol. 1). www.amazara.co.id,
- Sultoni, M. H. (2020). *Corporate Social Responsibility (Kajian Korelasi Program Csr Terhadap Citra Perusahaan)*.
- Tueanrat, Y., Papagiannidis, S., & Alamanos, E. (2021). *Going On A Journey: A Review Of The Customer Journey Literature*. In Journal of Business Research (Vol. 125, pp. 336–353). Elsevier Inc. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.12.028>
- Utoyo, A. W. (2020). *Analisis Komunikasi Visual Pada Poster Sebagai Media Komunikasi Mendorong Jarak Sosial Di Jakarta Saat Epidem Covid 19*. Jurnal Lugas, 4(1), 35–42. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Widiastuti, E. J., & Indriastuti, Y. (n.d.). *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital @right.store Melalui Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran*.
- Wiguna, J., Malafitri, N., Nabilah, F. S., & Zuhri, S. (2022). *Optimalisasi Instagram @Siapdarling Sebagai Media Komunikasi Sosial Pembangunan Untuk Mengkampanyekan Generasi Muda Sadar Lingkungan*. Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna, 10(1), 17–27. <https://doi.org/10.30659/jikm.10.1.17-27>
- Yunus, U. (2019). *Digital Branding Teori dan Praktik* (N. S. Nurbaya, Ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Zikrullah, Nuringwahyu, S., & Hardati, R. N. (2020). *Efektivitas Program Corporate Social Responsibility Terhadap Pengembangan Umkm*.