

DAFTAR PUSTAKA

- Ardinantoro, H., & Pradana, B. C. S. A. (2024). Pemanfaatan Instagram Sebagai Peningkatan Brand Loyalty di Lovean Tour Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi*, 02(02), 590–594. <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom>
- Batubara, J. (2018). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 3(2), 95–107.
- Boestam, A. B., & Derivanti, A. Des. (2022). Komunikasi Digital Dan Perubahan Sosial. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 6(4), 2829–2834. <https://doi.org/10.36312/jisip.v6i4.4032/http>
- Charismana, D. S., Retnawati, H., & Dhewantoro, H. N. S. (2022). Motivasi Belajar Dan Prestasi Belajar Pada Mata Pelajaran Ppkn Di Indonesia: Kajian Analisis Meta. *Bhineka Tunggal Ika: Kajian Teori Dan Praktik Pendidikan PKn*, 9(2), 99–113. <https://doi.org/10.36706/jbti.v9i2.18333>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986). Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design. *Manage. Sci.*, 32(5), 554–571. <https://doi.org/10.1287/mnsc.32.5.554>
- Eddyono, F., & Ferdian, M. E. (2024). *Manajemen Event Olahraga: Perspektif dalam Penyelenggaraan Acara Skala Besar*. Jakad Media Publishing.

- Effendy, O. U. (2011). *Ilmu komunikasi teori dan praktek*.
- Giantika, G. A. N. G. A. N. (2016). Strategi Komunikasi Dalam Mengimplementasikan Kartu Jakarta Pintar. *Jurnal Komunikasi*, VII, 44–54.
- Hollebeek, L. D., Sprott, D. E., Andreassen, T. W., Costley, C., Klaus, P., Kuppelwieser, V., Karahasanovic, A., Taguchi, T., Ul Islam, J., & Rather, R. A. (2019). Customer engagement in evolving technological environments: synopsis and guiding propositions. *European Journal of Marketing*, 53(9), 2018–2023. <https://doi.org/10.1108/EJM-09-2019-970>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Editi)*. England: Pearson Education Limited.
- Kountur, R. (2007). *Metode penelitian: untuk penyusunan skripsi dan tesis. (No Title)*.
- Margono, S. (2005). *Metodologi penelitian pendidikan*.
- pamungkasKualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *JURNAL ILMIAH KESEHATAN MASYARAKAT: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145–151. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi penelitian kualitatif (edisi revisi)*.
- Mulyana, D. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Remaja Rosdakarya.
- Nasution, A. F. (2019). METODE PENELITIAN KUALITATIF. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). http://sciotea.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbe.co.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Neuman, W. L. (2017). *Metodologi penelitian sosial: Pendekatan kualitatif dan kuantitatif*.
- Noor, A. (2013). *Manajemen event*. Bandung: Alfabeta, 8.
- Pamungkas, D. S., Saputra, I. B., & Laksana, A. (2024). *Strategi Komunikasi Digital Melalui Media Sosial Untuk Membangun Kepercayaan Konsumen*. 1.
- Rahayu, D., Maryani, E., & Gemiharto, I. (2021). Komunikasi Digital Dalam Bisnis Online Produk UMKM “SO WHAT” di Era Normal Baru. *Communication*, 12(1), 59–68.
- Regita Kalia, N. A., Hadawiah, H., & Amir, I. F. (2024). Strategi Komunikasi

- Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Brand Loyalty Pada Perusahaan Benelli Makassar. *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 5(2), 1–10.
<https://doi.org/10.33096/respon.v5i2.198>
- Ridha, N. (2020). Paradigm. *Computer Graphics Forum*, 39(1), 672–673.
<https://doi.org/10.1111/cgf.13898>
- Scott, D. M. (2015). *The new rules of marketing and PR: How to use social media, online video, mobile applications, blogs, news releases, and viral marketing to reach buyers directly*. John Wiley & Sons.
- Solem, B. A. A., & Pedersen, P. E. (2016). The role of customer brand engagement in social media: Conceptualisation, measurement, antecedents and outcomes. *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, 10(4), 223–254.
<https://doi.org/10.1504/IJIMA.2016.081344>
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Susila, T. (2023). Komunikasi digital. In *Buku Dosen-2009* (Issue July).
http://repository.trisakti.ac.id/usaktiana/index.php/home/detail/detail_koleksi/0/BDS/judul/0000000000000000084311/
- Taylor, S. J., Bogdan, R., & DeVault, M. L. (2015). *Introduction to qualitative research methods: A guidebook and resource*. John Wiley & Sons.
- Wardhana, A., & . (2010). Brand loyalty. In *Quality Progress* (Vol. 43, Issue 4).
<https://doi.org/10.14482/pege.49.658.83>
- Wijaya, S., Kristanti, M., Thio, S., & Jokom, R. (2023). *Manajemen Event*. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.
- Yulianti Fajar Wulandari, Lymbarski Caesariano, Murtiadi, Y. B. (2021). Virtual Tour Sebagai Media Komunikasi Digital Dalam Pelayanan Museum. *Jurnal Media Penyiaran*, 01(01), 9–15.
<http://103.75.24.116/index.php/jmp/article/view/389%0Ahttp://103.75.24.116/index.php/jmp/article/download/389/227>