

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2018. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- A'lawiyyah, I., Wibisono, N., & Hardiyanto, N. (2021). Proyek Perancangan Video Promosi sebagai Upaya untuk Meningkatkan *Brand awareness* Kreuz Bike Indonesia di Instagram. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 12, 1316–1320. <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/2932>.
- Adiwijaya, S., Suryanatha, I. B., Dassir, M., Agustin, D., Sya'rani, R., Marini, M., & Nur, M. (2024). *Buku Ajar Pengantar Sosiologi*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Alfianita Priscilla, C., Yuni Dharta, F., & Oktariani Lubis, F. (2023). Strategi Komunikasi Program Generasi Berencana Dalam Sosialisasi Pencegahan Pernikahan Dini Pada Remaja di DKI Jakarta. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Oktober, 2023(19), 160–168. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8388303>.
- Ali, H. (2019). Building Repurchase Intention and Purchase Decision: *Brand awareness* and *Brand Loyalty* Analysis (Case Study Private Label Product in Alfamidi Tangerang). *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*, 04(09), 623–634. <https://doi.org/10.36348/sjhss.2019.v04i09.009>.
- Arief, M. (2024, 26 Maret). *Baru 11% Pekerja Informal Terdaftar BPJS Ketenagakerjaan* Diakses pada 17 Juni 2024 <https://katadata.co.id/berita/industri/6602876572937/menaker-baru-11-pekerja-informal-terdaftar-bpjs-ketenagakerjaan>.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Mobilitas Penduduk dan Tenaga Kerja*. *Badan Pusat Statistik*, 7, 127-140.
- Barid, V. B. (2020). Urgensi Jaminan Sosial Ketenagakerjaan Bagi Pekerja Sektor Informal di Indonesia. *Prosiding Seminar Hukum Dan Publikasi Nasional (Serumpun) II “Transformasi Cita Hukum Mewujudkan Indonesia Maju,” ISBN(September)*, 237–238.
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi pariwisata (tourism communication): Pemasaran dan brand destinasi*. Jakarta: Prenadamedia Group, 20.

- Cangara, Hafied. (2012). Pengantar Ilmu Komunikasi. (Jakarta): PT Raja Grafindo Persada, Cet. 13, hlm. 70-71.
- Cangara, Hafied. (2014). Perencanaan & Strategi Komunikasi. (Jakarta): PT Raja Grafindo Persada, Cet. 2.
- Dabbous, A., & Barakat, K. A. (2020). Bridging the *online offline* gap: Assessing the impact of brands' social network content quality on *brand awareness* and purchase intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53, 101966.
- Data Sensus. (2024). *Penduduk Umur 15 Tahun ke Atas yang Bekerja Menurut Status Pekerjaan Utama 2020-2022*. Diakses pada 20 Juni 2024. <https://magelangkab.bps.go.id/indicator/6/199/1/penduduk-umur-15-tahun-ke-atas-yang-bekerja-menurut-status-pekerjaan-utama.html>.
- Effendy, T. (2003). Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik. Bandung: Rosdakarya.
- Farianingrum, A., Prastyanti, S., Istiyanto, B., Sugito, T., & Noegroho, A. (2023). Strategi Komunikasi Corporate Identity Bpjs Ketenagakerjaan Melalui Media Digital. *Jurnal Kinesik*, 10(1), 12–28. <https://doi.org/10.22487/ejk.v10i1.540>.
- Frank, E., Ph, D., Krafty, R. T., Ph, D., Thayer, J. F., Ph, D., Daniel, J., Hall, M. H., & Ph, D. (2019). *Health in Adulthood*. 80(2), 200–207. <https://doi.org/10.1097/PSY.0000000000000542.T>.
- Gustafon, T., & Chabot, B. (2007). *Brand awareness* in: Cornell Maple Bulletin 105. 2007, 105, 5. <http://faculty.mu.edu.sa/public/uploads/1358439894.9656brand40.pdf>.
- Hutabarat, M. (2016). Sejarah BPJS Ketenagakerjaan. *Www.Bpjsketenagakerjaan.Go.Id*. <https://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/tentang-kami.html>.
- Idrus, Muhammad. (2009). Metode Penelitian Ilmu Sosial; edisi kedua. Jakarta :Erlangga hal :148 .
- Lee, JE, Goh, ML, & Noor, MNB Mohd (2019). Understanding purchase intention of university students towards skin care products. *PSU Research Review*, emerald.com, <https://doi.org/10.1108/PRR-11-2018-0031>.
- Maulana Sasmita, I., Sayekti, R., & Zuhriah, Z. (2023). Strategi Komunikasi Pt. Ria Busana Dalam Membangun *Brand awareness* Di Medan. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(3), 889–898. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i3.674>.

- Mayhana Dwi Novitasari, & Siti Aminah. (2023). Optimalisasi Sosialisasi Manfaat Program BPJS Ketenagakerjaan untuk Meningkatkan *Brand Knowledge* kepada Pelajar dan Mahasiswa Kota Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 128–139. <https://doi.org/10.55606/jpmi.v2i2.1919>.
- Meilani, F. (2023). Analisis Strategi Komunikasi Farmhill Academy dalam Membangun *Brand awareness* melalui Webinar Series. *Universitas Islam Sultan Agung Semarang*.
- Michelle, Bambang Wahyudi, O., & Goenawan, F. (2021). Tingkat *Brand awareness* Masyarakat Surabaya Terhadap Kollabora. *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya*, 9(2), 1–9.
- Moleong, Lexy. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, Arni. (2004). *Komunikasi Organisasi*, Jakarta: Bumi Aksara.
- 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>
- Perkasa, M. (2023). *Kampanye Kerja Keras Bebas Cemas BPJS Ketenagakerjaan Raih Penghargaan Marketeers Editor's Choice Award 2023*. Diakses pada 20 April 2023 <https://www.marketeers.com/kampanye-kerja-keras-bebas-cemas-bpjs-ketenagakerjaan-raih-penghargaan-marketeers-editors-choice-award-2023/> .
- PUSPANEGARA, L. Y. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH KABUPATEN KLATEN DALAM MENYOSIALISASIKAN SISTEM PELAYANAN *ONLINE SAKURA* (Sistem Layanan Administrasi Kependudukan Dalam Jaringan) (*Doctoral dissertation, UPN" Veteran" Yogyakarta*).
- Seo, E.J., & Park, J. (2018). A study on the effects of social media marketing activities on *brand equity* and customer response in the airline industry. *Journal of Air Transport Management*, 66, 36-41.
- Setiyawan, L. D. (2022). Peran Customer-Based *Brand Equity* Terhadap. In *Universitas Islam Indonesia*.

- Siwi, A. F., & Supriyono. (2023). Pentingnya Sosialisasi Dalam Meningkatkan Awareness Perlindungan Jaminan Sosial Ketenagakerjaan Kepada Masyarakat Di Surabaya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Karya)*, 3(2), 202–206. <https://eldercarealliance.org/blog/importance-of-socialization-in-aging/>
- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). Metode penelitian komunikasi (Kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional).
- Sutrisni, A. (2020, 15 Januari). *BPJS: Prinsip, Jenis, Tugas, Wewenang, Organ dan Tarif*. Diakses pada 17 Juni 2024, dari <https://www.kompas.com/skola/read/2020/01/15/150000469/bpjs--prinsip-jenis-tugas-wewenang-organ-dan-tarif?page=all>
- Susanto, R (2020). *Brand equity yang dibangun melalui personal branding*. Fe ui, 27.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (3rd ed). Andi Publiser.