

## DAFTAR PUSTAKA

- A Shimp, Terence. (2007). *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)*. Erlangga.
- Agianto, R., Setiawati, A., & Firmansyah, R. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup dan Etika Remaja. *TEMATIK - Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 7(2 SE-Articles), 130–139.
- Al Azis, M. R., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Self-Disclosure Dalam Penggunaan Platform Media Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 120–130. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.189>
- Andriyani, M. (2020). Analisis Integrated Marketing Communication (IMC) Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu. *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, Imc*, 1–83.
- Dr. M. Anang Firmansyah. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (TIM Qiara Media, Ed.). CV Penerbit Qiara Media.
- Fellanny, P., & Paramita, S. (2023). Analisis Digital Branding pada Media Sosial Akun Instagram. *Prologia*, 7(1), 189–197. <https://doi.org/10.24912/pr.v7i1.21303>
- Ferlitasari, R. (2018). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 1, 61–72.
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi Sosial Remaja dalam Instgram. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(01), 151–160.
- Morisan, A. (2010). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Penerbit Kencana.
- Nastain, M. (2017). Branding Dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep Branding Dan Tantangan Eksistensi Produk). *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 5(1), 14–26. <https://doi.org/10.12928/channel.v5i1.6351>
- Priatama, R., Ramadhan, I. H., Zuhaida, A., Akalili, A., & Kulau, F. (2021). ANALISIS TEKNIK DIGITAL MARKETING PADA APLIKASI TIKTOK. *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 49–60.
- Putri, C. U., & Nugraha, A. R. (2020). Proses Branding Melalui Pengelolaan Media Sosial pada PT SDO. *Jurnal Humaniora*, 20(1), 72–77.
- Putri, D. M. (2018). PROSES PEMBENTUKAN CITRA DIRI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA MAHASISWA UNIVERSITAS BAKRIE Oleh : DIANINGTYAS M . PUTRI Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie Jakarta. *Universitas Bakrie*, 34–37.

- Subekti, P., Hafiar, H., & Bakti, I. (2020). Penggunaan Instagram oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah untuk mengoptimalkan destination branding Pangandaran. *Profesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 4(2), 174. <https://doi.org/10.24198/prh.v4i2.23545>
- Triyana, I. G. N. (2018). Media Sosial Dalam Proses Pembelajaran Di Perguruan Tinggi. *Guna Widya: Jurnal Pendidikan Hindu*, 5(1), 79–90. <https://doi.org/10.25078/gw.v5i1.614>
- Wahab, A. (Abdul), & Mangkuto, I. J. (Imbang). (2020). Analisis Strategi Iklan di Media Sosial untuk Meningkatkan Efektifitas Penjualan (Studi Kasus: PT Wieda Sejahtera). *Jurnal Ilmiah Universitas Bakrie*, 3(3), 81–90.