

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Belch, George E, M. A. B. (2012). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective (9th Edition)*. McGraw Hill.
- Cangara, H. (2007). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Effendi, O. U. (2013). *Ilmu Komunikasi dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Firmansyah, Anang. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Surabaya: Qiara Media.
- Firmansyah, Anang. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: Qiara Media.
- Kapferer, JN. (2008). *The New Strategic Brand Management*. Kogen Page, London.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall Internasional.
- Kriyantono, R., & Sos, S. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media.
- Kriyantono, Rachmat. (2019). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media.
- Moloeng, Lexy. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Mujib, F., & Saptiningsih, T. (2021). *School branding: Strategi di era disruptif*. Bumi Aksara.
- Nugrahani, Farida. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books
- Mulyana, Deddy. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif : Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offset
- Shrimp, Terence. (2013). *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga
- Wallace, Steve. (2012). *Brand activation: Bringing Brands to Life!*. New York

Jurnal dan Skripsi

- Dissanayake, R., & Gunawardane, N. (2018). *Brand activation: A review on conceptual and practice perspectives*.
- Esti P, Linis. *Strategi Integred Marketing Communication (IMC) Telkom Flexi Dalam Membangun Brand Identity Sebagai Internet Broadband*. Jurnal Commonmine Departemen Komunikasi.

- Ferbita, Lyra Vellaniza, dkk. (2020). *Strategi Digital Branding Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) Melalui Media Sosial*. Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna. 16, (2)
- HAQ, D. O. A. (2016). *Strategi Brand Activation SPECS dalam Mewujudkan Brand Awareness (Studi Deskriptif Kualitatif Kegiatan Turnamen Futsalogy Antar Sekolah Menengah Atas se-Yogyakarta)*. Doctoral dissertation, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Morel, P., Preisler, P. Dan Nystrom, A. (2002). *Brand Activation*. Stockholm: Starsky Insight.
- Nurani, Wina. (2020) *Strategi Brand Activation Cinemusic CGV Cinemas Grand Indonesia Untuk Meningkatkan Brand Awareness pada tahun 2019*. SKRIPSI. Universitas Mercu Buana.
- Paujiah, R. R. (2023). *ANALISIS STRATEGI DIGITAL CONTENT MARKETING DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DAN OMZET PADA PRODUK FASHION MUSLIM CV SUKAHIJAB KOTA TASIKMALAYA*. Doctoral dissertation. Universitas Siliwangi.
- Paramita, W., Nhu, H. B. C., Ngo, L. V., Tran, Q. H. M., & Gregory, G. (2021). *Brand experience and consumers' social interactive engagement with brand page: An integrated-marketing perspective*. Journal of Retailing and Consumer Services, 62, 102611.
- Putri, Farsya. (2024). *Pengelolaan Media Sosial Instagram Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral "@kesdm" Oleh Biro Klik*. Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial, 2(3), 310–321. <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v2i3.3950>
- Prianka, Dian. (2021). *Instagram Brand Activation for Fashion Start Ups with Experiential Marketing*. Jurnal Teknologi dan Kejuruan. 44 (1), 10-20
- Saaed, Rashid, dkk. (2015). *Brand Activation: A Theoretical Perspective*. Journal Marketing and Consumer Research. 13 (1)
- Sukendro, Gregorius Genep & Nigar Pandrianto. (2019). *Diagnosa Komunikasi Brand Activation dan Media Digital Atas Eksistensi Brand Studio Rekaman Lokananta*. Jurnal Komunikasi. 11 (1), 92-107
- Rai Sara Purnama Sari, & Velda Ardia. (2024). *Pengaruh Brand Activation Pada Produk Y.O.U Beauty Terhadap Loyalitas Konsumen*. SABER : Jurnal Teknik Informatika, Sains Dan Ilmu Komunikasi, 2(2), 113–124. <https://doi.org/10.59841/saber.v2i2.983>
- Retpitasari, Ellyda. (2018). *Strategi Brand Activation Bandeng Mentari UMKM UD. Sarana Multi Niaga Kabupaten Gresik* Jurnal Ilmu Komunikasi. 8 (1)
- Febryan, Arman. (2017). *Strategi Brand Activation Qubicle Indonesia dalam Meningkatkan Brand Awareness* SKRIPSI. Universitas Pembangunan "Veteran". Jakarta

Tresnawati, Yuni. (2021). *Aktivitas Branding Cinema XII Melalui Media Sosial Instagram di Masa Pandemi*. SKRIPSI. Universitas Pembangunan “Veteran” Jakarta

Yuliana, Y., & Sugianto, H. A. R. T. (2022). *IMPLEMENTASI TEKNOLOGI VIRTUAL DALAM VISUALISASI PENGENALAN KAMPUS MENGGUNAKAN WEBVR*. Jurnal Tekinkom (Teknik Informasi dan Komputer), 5(2), 377-384.

Website

Kiram, Y. (2022). *Gedung Pertemuan Bagindo Aziz Chan dan Segenap Kenangan Menyertainya*. Sumbarsatu. <https://sumbarsatu.com/berita/27397-gedung-pertemuan-bagindo-aziz-chan-dan-segenap-kenangan-menyertainya> diakses pada 7 Maret 2023

Simpson, Jack. (2016). *What Is Brand Activation & Why Do You Need It?*. Econsultancy. <https://econsultancy.com/brand-activation/>. diakses pada 7 Maret 2023

