

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Belch, George E, M. A. B. (2012). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective (9th Edition). McGrawHill.
- Cangara, H. (2007). Pengantar Ilmu Komunikasi. PT Raja Grafindo Persada.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D (2018) Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. SAGE Publications.
- Effendi, O. U. (2013). Ilmu Komunikasi dan Praktek. PT Remaja Rosdakarya.
- Firmansyah, Anang. (2019). Pemasaran Produk dan Merek. Surabaya: QiaraMedia.
- Firmansyah, Anang. (2020). Komunikasi Pemasaran. Jawa Timur: Qiara Media.
- Kapferer, JN. (2008). The New Strategic Brand Management. Kogan Page, London.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management. New Jersey: PrenticeHall Internasional.
- Kriyantono, R., & Sos, S. (2014). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Prenada Media.
- Moleong, Lexy. (2021). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Mujib, F., & Septiningsih, T. (2021). School branding: Strategi di era disruptif. Bumi Aksara.
- Mulyana, D, (2018). Metode Penelitian Ilmu Komunikasi Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya (9th ed). PT Remaja Rosdakarya. ;
- 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!. NewYork.

Jurnal & Skripsi

- Dissanayake, R., & Gunawardane, N. (2018). Brand activation: A review on conceptual and practice perspectives.
- Esti P, Linis. Strategic Integrated Marketing Communication (IMC) TelkomFlexi Dalam Membangun Brand Identity Sebagai Internet Broadband. Jurnal Commonline 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>
- Retpitasi, Ellyda. (2018). Strategi Brand Activation Bandeng Mentari UMKMUD. *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.