

DAFTAR PUSTAKA

- Thabroni, G. (2022, November 12). *Strategi Komunikasi: Pengertian, Jenis, Tujuan, Tahap, Prinsip*, dsb. serupa.id.
- Krippendorff, K. (1991). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage Publications.
- Safko, L., & Brake, D. K. (2009). *The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success*. John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sutopo, H. B. (2002). *Metodologi penelitian kualitatif*. Universitas Sebelas Maret.
- Fitria W. 2020. Peran Media Sosial Sebagai Sarana Strategi Promosi Museum Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Di Museum Basoeeki Abdullah. Skripsi. Jakarta. Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Kaye, L. K., & Johnson, A. (2020). *The role of TikTok in the social media landscape: A new platform for creativity and community*. Journal of Social Media Studies, 5(2), 45-60.
- Baker, S. (2021). *How TikTok is changing the way we create and share content on social media*. Social Media Review, 12(3), 78-89
- Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Erskine, R. (2021). Why branding is even more important when selling online. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2021/06/15/why-branding-is-even-more-important-when-selling-online/>
- Theprojects. (n.d.). *Digital Branding - TheProjects*. Theprojects. <https://theprojects.id/blog/223-digital-branding.html>
- Afifah Subhah Nafsyah, S., Maulidyah, S. R., Nurlia, A. S., & Adhyanti, W. P. (2022). Analisis konten media sosial Instagram by.U sebagai media penyebaran informasi &

komunikasi. *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 1-11.

<https://massive.respati.ac.id>

Alghozali, P. (2023). *Analisis konten Instagram @museum_situspatiyam sebagai promosi dalam meningkatkan jumlah pengunjung*. Universitas Semarang.

Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. New York: Free Press.

Dewi, Riza Ciptaning Puspita. 2020. *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram (Studi Kasus Pemasaran Produk Pada Akun Instagram @Homedia.id)*. Skripsi. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Pembimbing Dr. Ahmad Choirul Rofiq, M.Fil.I.

Apa itu Digital Branding? Baca Pengertian, Contoh, Konsep dan Strategi-Strateginya! |

Bamaha Digital. (2022b, November 12). Bamaha Digital.

<https://bamahadigital.com/digital-branding/>

Ardtech. (2023, January 10). *Branding adalah: Pengertian dan Fungsinya*. Universitas

Ciputra. <https://www.ciputra.ac.id/branding-adalah-pengertian-dan-fungsinya/>

Wikipedia contributors. (2024, November 11). *Digital branding*. Wikipedia.

https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_branding

Sudirman, S., Tunggal, S., & Saadjad, K. A. (2022). *Startegi digital branding platform DRAIV dalam meningkatkan pengguna aplikasi di Kabupaten Banggai*. 1, 32-40.

<https://seminar.uad.ac.id/index.php/YCD/article/download/12014/pdf>

“Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI),” Diaksen pada 5 Desember 2022, dari

<https://kbbi.web.id/museum>