

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategy Branding (Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis)*. UB Press.
- Saebani, B. A., & Sutisna, Y. (2018). *Metode Penelitian*. CV Pustaka Setia.
- Salim, & Syahrur. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif Konsep dan Aplikasi dalam Ilmu Sosial, Keagamaan dan Pendidikan*. Citapustaka Media.
- Suyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (1st ed.). Literasi Media Publishing.

Jurnal atau Skripsi

- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146–150. <https://doi.org/10.31764/historis.v5i2.3432>
- Darmawan, D. (2019). The Effect of Corporate Image on Brand Awareness and Brand Attitude. *Translitera : Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 8(01), 13–26. <https://doi.org/10.35457/translitera.v8i01.595>
- Dwijayanti, A. A. I. P., Suryawati, I. G. A. A., & Pascarani, N. N. D. (2017). Strategi Brand Communication PT. Puncak Keemasan Dunamis Indonesia dalam Membangun Awareness terhadap Produk Animasi Beakbug. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 1(1), 1–13.
- Erlyana, Y., & Everlin, S. (2021). Analisis Brand Activation Experiential Logo Gojek Tahun 2019. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain*, 6(2), 161–178. <https://doi.org/10.25105/jdd.v6i2.10654>
- Fanani, R. Al. (2018). Pengaruh Brand Communication dan Brand Image terhadap Brand Loyalty melalui Brand Trust (Studi Konsumen Sabun Mandi Merek Lifebuoy di Kota Jember). In *Digital Repository Universitas Jember*. Universitas Jember.
- Nastain, M. (2017). Branding dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep Branding dan Tantangan Eksistensi Produk). *Channel*, 5(1), 14–26.

- Prameswari, A. S. (2019). *Strategi Brand Activation untuk Meningkatkan Brand Awareness (Studi Kasus Event Dextone Goes to School di Sekolah Dasar Negeri 13 Jakarta Utara)*.
- Rahmaniati, & Rimayanti, N. (2019). Event Sponsorship Sebagai Salah Satu Strategi Komunikasi Pemasaran Hydro Coco. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 8(2), 1–14. <https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/7351>
- Sukardani, P. S. (n.d.). Brand Communication Melalui Digital Influencer. *Universitas Negeri Surabaya*, 1–14.
- Suryaningrum, I. (2020). Pengaruh Brand Experience, Service Quality, dan Brand Communication terhadap Brand Trust dan Brand Loyalty pada Rumah Makan Geprek Benu. In *repository.unair.ac.id*. Universitas Air Langga.
- Suseno, M. A., & Tamitiadini, D. (2019). Strategi Brand Communication Pada Rebranding Galaxy Property Dalam Membentuk New Brand Identity. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1–20.
- Wardhani, A. K., & Chen, D. K. J. (2021). the Effect of Youtube Media of Online Review , Visualization and Trust on Intention to Buy Smartphone. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(1), 36–46. <https://doi.org/10.22441/mix.2021.v11i1.003>
- Wilasari, M. F. (2019). *Strategi Brand Communication dalam Membangun Brand Image “Bawangkit” [IAIN Tulungagung]*. <http://repo.uinsatu.ac.id/id/eprint/16047>

Internet

- apjii.or.id. (2022). *Profil Internet Indonesia 2022*. <https://apjii.or.id/content/read/39/559/Laporan-Survei-Profil-Internet-Indonesia-2022>
- Hasanudin. (2022). *Penyelenggaraan Festival Pelajar Nusantara 2022 Radio Republik Indonesia 23 – 28 Oktober 2022*. Ppid.Rri.Co.Id. <https://ppid.rri.co.id/berita/informasi-lpu/248/penyelenggaraan-festival-pelajar-nusantara-2022-radio-republik-indonesia-23-28-oktober-2022>
- Jogja, R. (2022). *Festival Pelajar Nusantara 2022 - RRI Yogyakarta*. <https://fliphtml5.com/sloos/eozo>
- Kbbi.web.id. (n.d.). *Objek*. <https://kbbi.web.id/objek>

Ms, J. (2023). *Brand Strategy RRI*.

RRI Yogyakarta. (2022). *Job Description Bidang Layanan dan Pengembangan Usaha RRI Yogyakarta*.

RRI Yogyakarta. (2022). *Sejarah Rri Yogyakarta*.

Wearesocial.com. (2022). *Digital 2022: Another Year of Bumper Growth*.
<https://wearesocial.com/us/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>