

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhi, Kusumastuti. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang: Deepublish.
- Agis Dwi Prakoso. 2020. “Penggunaan Aplikasi Tik Tok Dan Efeknya Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Islam Di Kelurahan Waydadi Baru Kecamatan Sukarame.”
- Alwan, F, And K Catya. 2023. “Perancangan Visual Storytelling Media Sosial Sebagai Upaya Peningkatan Brand Awareness Di Mojadiapp.” *Barik* 5(1): 168–82. <https://Ejournal.Unesa.Ac.Id/Index.Php/Jdkv/Article/View/56308%0ahttps://Ejournal.Unesa.Ac.Id/Index.Php/Jdkv/Article/Download/56308/44265>.
- Aripradono, Heru Wijayanto. 2020. “Penerapan Komunikasi Digital Storytelling Pada Media Sosial Instagram.” *Teknika* 9(2): 121–28.
- Ashari, Yolanda Tristania. 2023. “Pengaruh Digital Storytelling Konten Tiktok ‘ A Day In My Life At Company ’ Terhadap Minat Apply Jobseeker Generasi Z.” 10(6): 4801–9. <https://Openlibrary.Telkomuniversity.Ac.Id/Pustaka/198423/Pengaruh-Digital-Storytelling-Konten-Tiktok-A-Day-In-My-Life-At-Company-Terhadap-Minat-Apply-Jobseeker-Gen-Z.Html>.
- Atiq, Madiha, Ghulam Abid, Aizza Anwar, & Muhammad Fazal Ijaz. 2022. “Influencer Marketing On Instagram: A Sequential Mediation Model Of Storytelling Content And Audience Engagement Via Relatability And Trust.” *Information (Switzerland)* 13(7).
- Budtz, Klaus Fog • Christian, & Baris Yakaboylu. 2004. *No Titlestorytelling Branding In Practice*.
- Canto, Jesús M., & Macarena Vallejo-Martín. 2021. “The Effects Of Social Identity And Emotional Connection On Subjective Well-Being In Times Of The Covid-19 Pandemic For A Spanish Sample.” *International Journal Of Environmental Research And Public Health* 18(19).
- Claretta, Dyva, Fadhilah Samudra Arsy, Achmad Reynaldi Komarullah, & Beta Hanan. 2022. “Peran Campaign Lewat Media Sosial Instagram (Into The Light Dalam Membangun Public Awareness).” *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan* 2(1): 153–62.
- Dra. Rr. Ponco Dewi Karyaningsih, M.M. 2018. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Deepublish.

- Firmansyah, Ardy. 2018. "Pengaruh Emotional Branding Terhadap Loyalitas Pelanggan." : 25.
- Gizelda Pertiwi. 2023. "Storytelling Marketing: Strategi Ampuh Untuk Menarik Konsumen Dan Memperluas Jejaring Bagi Bisnis Sosial." <https://chub.fisipol.ugm.ac.id/2023/10/14/storytelling-marketing-strategi-ampuh-untuk-menarik-konsumen-dan-memperluas-jejaring-bagi-bisnis-sosial/>.
- Gustman, Rizky Ramanda. 2015. "Karakteristik Media Sosial Dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop Di Kalangan Komunitas Samarinda Dan Balikpapan." *Sinta3jurnal Ilmu Komunikasijurnal Ilmu Komunikasi* 3(2): 224–42.
- Hilal Ramadhan, Ilham, Ryan Priatama, Awanis Akalili, & Febriansyah Kulau. 2021. "Analisis Teknik Digital Marketing Pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun Tiktok @Jogjafoodhunterofficial) Analysis Of Digital Marketing Techniques In Tiktok Application (Case Study Of @Jogjafoodhunterofficial)." *Online) Socia: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* 18(1): 49–60.
- Karini, Riska. 2019. *Skripsi: Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik Di Smpn 1 Gunung Sugih Kab.*
- Ketut Indraningrat. 2015. "Pengaruh Strategic Experiential Modules (Sem's) Dan Emotional Branding Terhadap Brand Loyalty Citra Hand & Body Lotion Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Jember." No 9: 130.
- Moriansyah, L. 2015. "Pemasaran Melalui Media Sosial." *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik* 19(3): 187–96.
- Muhammad, Ardes, Naufal Khairi, & Alvanov Z Mansoor. 2022. "Emotional Branding Dalam Strategi Pendahuluan Metode." 10(1): 154–65.
- Muhammad Rizal Pahleviannur, S.Pd. Et Al. 2022. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Deepublish.
- Nur Utomo, Hastho Joko, Eny Endah Pujiastuti, Rifki Indra Perwira, & Heru C. Rustamadji. 2021. "Optimalisasi Digital Marketing Di Masa Pandemi Di Kelurahan Panembahan, Kraton, Diy." *Dharma Lppm* 2(1): 50–57.
- Nuranindya, Dian, & Agustinus Rusdianto Berto. 2023. "Optimisme Saat Pandemi : Strategi Storytelling Pada Video Promosi Destinasi Pariwisata Super Prioritas." 7(July): 637–61.

- Pogorzelski, Jacek. 2018. "Emotional Branding." *Managing Brands In 4d*: 59–109.
- Smeda, Najat. 2014. "Creating Constructivist Learning Environments With Digital Storytelling." : 1–255.
- Sulistia, Dirga Ayu, & Irma Yusriani Simamora. 2023. "Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi Perilaku Komunikasi Penggunaan Media Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Stambuk 2019 Abstrak Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi." 4(3): 1189–1200.
- Syafrina, Annisa Eka, & Dian Sukmawati. 2022. "The Campaign As A Tale: Pelatihan Penggunaan Teknik Storytelling Dalam Kampanye Marketing Communication Yayasan Kakak Asuh Bekasi." *International Journal Of Community Service Learning* 6(4): 458–65.
- Trijayanti, Ulfah. 2019. "Pengaruh Metode Storytelling Mengenai Bencana Alam Banjir Terhadap Optimalisasi Working Memory Pada Anak Usia 4 – 6 Tahun." *Psikologi*: 125–54. [Http://Repository.Unjani.Ac.Id/Index.Php?P=Show\\_Detail&Id=268&Keywords=](http://Repository.Unjani.Ac.Id/Index.Php?P=Show_Detail&Id=268&Keywords=).
- Widianingsih, Yuliani, & Intan Putri Cahyani. 2020. "Digital Storytelling Melalui Media Sosial Dalam Aktivitas Kehumasan Pada Perguruan Tinggi Alih Status." *Channel: Jurnal Komunikasi* 8(2): 109.
- Winar, Siti Ambar. 2023. "Pengaruh Storytelling Marketing Pada Tiktok Sonia Basil Terhadap Keputusan Pembelian."
- Yusuf, Faidah, Hardianto Rahman, Sitti Rahmi, & Angri Lismayani. 2023. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, Dan Dokumentasi: Pendidikan Di Majelis Taklim Annur Sejahtera." *Jhp2m: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 2: 1–8. [Https://Journal.Unm.Ac.Id/Index.Php/Jhp2m](https://Journal.Unm.Ac.Id/Index.Php/Jhp2m).
- Zuchri Abdussamad. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makasar: Deepublish.