

## DAFTAR PUSTAKA

- Aburito, J. (2022). *Pemanfaatan Instagram @kfcindonesia Media Promosi*. Universitas Islam “45” Bekasi.
- Alhamid, T., & Anufia, B. (2019). *Resume: Instrumen Pengumpulan Data*. 4(1), 88–100.
- Anita, K., Susanto, E. R., & Wahyudi, A. D. (2020). Aplikasi Lowongan Pekerjaan Berbasis Web Pada Smk Cahaya Kartika. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi (JTSI)*, 1(1), 75–80. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/sisteminformasi>
- Arifin, M. S. (2021). Strategi Komunikasi Branding Perguruan Tinggi. *Pendidikan dan Keimanan Islam*, 6.
- Artinah, B., Rusqiati, D., Safriansyah, & Ludfi, R. (2021). Penyuluhan Dan Bimtek Penerapan Swot Analysis Pada Bumdes Maju Jaya Desa Sumber Makmur Kec. Takisung Kab. Tala. -. <http://eprints.stiei-kayutangi-bjm.ac.id/1327/>
- Bintarto, J., Warhat, Z., Eko, A., Waspada, B., Reog, S., & Barong, S. (2019). *Branding Sanggar Reog Singo Barong*. 5(1), 38–50.
- Boer, P., & Nugrahani, R. U. (2020). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Bright Gas oleh PT . Pertamina ( Persero ) pada Akun Instagram @ brightgas. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(Machfoedz 2010), 2019. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/>
- Disdik Jabar. (2020). *Jumlah Sekolah Provinsi Jawa Barat*. jawa barat. <https://dapodik.disdik.jabarprov.go.id/elok/index.php?r=site/rekapsek>
- Hanifah, N., & Istikomah, I. (2022). *Branding sekolah swasta dalam menghadapi kebijakan zonasi*. VI(2), 274–286.
- Hasna, A., Puspitaningrum, D. A., Novitasari, N., & Putri, N. R. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Branding Pusat Pelayanan Keluarga Sejahtera Kencana di Kantor Perwakilan BKKBN Daerah Istimewa Yogyakarta*. 1(1), 9–16.
- Hayati, K. R., Tranggono, Parastiwi, A. D., Diana, L., & Achmadani, Z. A. A. (2022). *Strategi Branding Dalam Peningkatan Daya Tarik Sekolah Paud Di Era New Normal Dengan Aplika Comma*. 2(1), 7–12.
- Herman, H., & Atnan, N. (2020). Strategi Komunikasi Dalam Kampanye Calon Legislatif (caleg) Terpilih Partai Solidaritas Indonesia (psi) Pada Pemilu 2019 Di Kota Bandung. *eProceedings ...*, 7(2), 5066–5073. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/13638/13154>
- Hidayat, A. (2022). *Peran Podcast Sebagai Media Baru Dalam Era Masyarakat*

*Informasi Pada Aplikasi Spotify*. Universitas Islam Riau.

Iskandar, adnan ibrahim & dudi. (2020). Studi Netnografi Belajar Membuat Podcast Pada Podcaster Di Media Social Discord. *Kaos GL Dergisi*, 8(75), 147–154.

<https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798><https://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049><http://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391><http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205>

Iskandar, E. (2022). *MKKS SMK Dorong Sekolah Daftar Program SMK Pusat Keunggulan*. radarbekasi.id. <https://radarbekasi.id/2022/12/08/mkks-smk-dorong-sekolah-daftar-program-smk-pusat-keunggulan/#:~:text=MKKS SMK Dorong Sekolah Daftar Program SMK Pusat Keunggulan,-08%2F12%2F2022&text=Mengingat%2C di Kota Bekasi baru,sebagai SMK PK di 2022>

Karsono, K., Purwanto, P., & Salman, A. M. Bin. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 869–880. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2649>

Kemendikbudristek. (2022). *Tentang SMK Pusat Keunggulan*. <https://smkpk.ditpsmk.net/#:~:text=Program SMK Pusat Keunggulan merupakan,dapat berfungsi sebagai sekolah penggerak>

Kumala, D., Saad, S., Hasan, E., Thoriq, ), Mardius, A., Putri, ), Sari, P., Muhammad, ), Toyib, I., Supriatal, ), Stebis, ), & Mandiri, B. (2022). Pelatihan Digital Marketing Pada Unit Produksi Di SMK Bina Mandiri Digital Marketing Training In Production Units At SMK Bina Mandiri. *Februari*, 1(2), 53–63. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/JAMIN/index>

Latifah, N., & Supena, A. (2021). Analisis Attention Siswa Sekolah Dasar Dalam Pembelajaran Jarak Jauh di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Basicedu*, 5(3), 1175–1182. <https://jbasic.org/index.php/basicedu/article/view/887>

Lince, L. (2022). Implementasi Kurikulum Merdeka untuk Meningkatkan Motivasi Belajar pada Sekolah Menengah Kejuruan Pusat Keunggulan. *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan IAIM Sinjai*, 1(1), 38–49. <https://doi.org/10.47435/sentikjar.v1i10.829>

Novita, D. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Rumah Makan Segar Jaya Di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan Pada Masa Covid-19 Ditinjau Dari Ekonomi Syariah*. UIN Suska Riau.

Patmasari, L., Hidayati, D., Ndari, W., Sardi, C., Pendidikan, M. M., Ahmad, U., & Yogyakarta, D. (2023). *Digitalisasi Pembelajaran Yang Berpusat Pada Siswa Di Smk Pusat Keunggulan*. 9(1), 1–7. <https://doi.org/10.58258/jime.v9i1.3729/http>

- Pudyastuti, E., Ginting, R. S., & Ginting, M. (2022). Sosialisasi Program SMK Pusat Keunggulan pada SMK Immanuel. *PUBARAMA: Jurnal Publikasi Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 35–38.
- Puspaningtyas, M., Azizah, F. T., & Ranggus, H. P. D. (2022). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Branding Sekolah Adiwiyata SDN Pandanrejo 02. *Jumat Informatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 83–86. [https://doi.org/10.32764/abdimas\\_if.v3i2.2910](https://doi.org/10.32764/abdimas_if.v3i2.2910)
- Ramadhan, M. (2021). *Metode Penelitian* (Aidil Amin Effendy (ed.)). Cipta Media Nusantara. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Ntw\\_EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=penelitian+deskriptif+kualitatif+adalah&ots=f2sE3JRqaA&sig=AJyPMKxSEsFrOq1qhn1MofERSzE&redir\\_esc=y#v=onepage&q=penelitian deskriptif kualitatif adalah&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Ntw_EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=penelitian+deskriptif+kualitatif+adalah&ots=f2sE3JRqaA&sig=AJyPMKxSEsFrOq1qhn1MofERSzE&redir_esc=y#v=onepage&q=penelitian deskriptif kualitatif adalah&f=false)
- Romanto. (2022). Manajemen Pembelajaran Ismuba untuk Meningkatkan Branding Sekolah di SMK Muhammadiyah 3 Weleri Kendal. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6, 16423–16438.
- Septarina. (2021). Studi Fenomenologi Penggunaan Podcast Sebagai Media Sarana Informasi Pada Prokopim Kota Bandung. In *Jurnal Ilmiah* (Nomor 1). Universitas Pasundan.
- Setiawan, D. (2021). *Analisis Strategi Branding Desa Wisata Gunungsari Kecamatan Madiun Kabupaten Madiun Dalam Mewujudkan Kampung Budaya Berbasis Budaya Jawa*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Sulfemi, W. B., & Qodir, A. (2017). Relationship of 2013 Curriculum With Motivation Learning Students in Pelita Ciampea Vocational School. *Jurnal Ilmiah Edutechno*, 17(2), 1–12.
- Syahputra, N. (2022). *Strategi Branding Dan Spreadability Podcast Untuk Meningkatkan Jumlah Pendengar*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Wahyu, anggraini eka. (2020). *Korelasi Antara Motif Dan Kepuasan Anggota Komunitas Podcast Indonesia Dalam Mendengarkan Siaran Podcast Di Spotify*. Universitas Komputer Indonesia.
- Wijaya, I. S. (2015). 428-Article Text-1096-1-10-20160423. *Perencanaan dan Strategi komunikasi dalam kegiatan pembangunan*, XVIII(VOL 17, NO 1 JUNI (2015): LENTERA), 53–61. [https://journal.uinsi.ac.id/index.php/lentera\\_journal/article/view/428](https://journal.uinsi.ac.id/index.php/lentera_journal/article/view/428)