

DAFTAR PUSTAKA

- Ferbita, L. V., & Setianti, Y. (2020). Strategi Digital Branding Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna*, 16.2.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Fitria, H. A. (2019). *Analisis Dampak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Kesejahteraan Masyarakat (Studi Pada Sentra Industri Kecil Roti Desa Kalimalang Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo)*. Diss. IAIN Ponorogo.
- Jupriono, & Dewaty, A. P. (2021). *Pengelolaan Branding Untuk Meningkatkan Efektivitas UMKM Kolam Pancing Sumber Rejeki Desa Kalanganyar*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management* (15th ed.).
- Laura Hardilawati, W. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 10(1), 89–98.
- Mujib, F., & Saptiningsih, T. (2020). *School Branding: Strategi di Era Disruptif*. Jakarta: Sinar Grafika Offset.
- Muntazori, A. F., & Listya, A. (2021). Branding UMKM Produk Kopi Bang Sahal melalui Desain Logo. *SENADA: Semangat Nasional Dalam Mengabdikan*, 1(3), 342-351
- Oktaviani, F., Sariwaty, Y., Rahmawati, D., Gusfiani, A., & Ramdani, D. (2019). Penguatan produk UMKM " Calief " Melalui Strategi Branding Komunikasi. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 348.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran*. Prenada Media.
- Pragita, Y. (2022). *Digital Branding Norma Coffee Melalui Konten Kreatif Di Instagram @normacoffee.id*. Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Pramelani, P., & Lestari, A. (2019). Program Employee Gathering "Satukan Hati Selaraskan Tujuan" Dalam Menjalinkan Hubungan Baik Karyawan. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 42-4
- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Universitas Brawijaya Press.

- Rachmasari, F. (2021). Analisis Kelayakan Pendanaan Dengan Metode Simple Additive Weighting Di Ammana Fintek Syariah. *Jurnal Riset Sistem Informasi dan Teknologi Informasi (JURSISTEKNI)*, 3(3), 1–9.
- Ramadhan, M. F., & Rosyad, U. N. (2021). Strategi Branding Kopi Kewadanan dalam Menghadapi Persaingan. *Jurnal Riset Public Relations*, 1(1), 15–21. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v1i1.78>
- Setiawati, S. D., Retnasari, M., & Fitriawati, D. (2019). Strategi Membangun Branding Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Abdimas BSI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 125–136.
- Simarmata, J., Iqbal, M., Hasibuan, M. S., Limbong, T., & Albra, W. (2019). *Hoaks dan Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*. Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono (2016). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2019). Karakteristik penelitian kualitatif. Bandung: ALfabeta
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: ALfabet
- Sugiyono, N., & Adinugraha, H. H. (2022). Strategi Pemasaran UMKM Produksi Tahu Desa Batang Dalam Menghadapi Persaingan Antar Pengusaha. *Journal of Social Work and Empowerment*, 2(1), 13–26.
- Susanto, S. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Jam Tangan Matoi Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 108–117.
- Zakaria, N. (2020). Peran Pemasaran Digital Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Tales Kabupaten Kediri. *Jurnal Generasi*, 4(1), 41–47.