

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK SKINCARE
MELALUI PEMANFAATAN ISU LINGKUNGAN DI MEDIA
SOSIAL**

(Studi pada Campaign #Butter4YourLips #Better4ThisIsland di Akun
Instagram @fromthisisland)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu
Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang
Sebagai Persyaratan untuk Mendapatkan Gelar Sarjana (S-1)



Oleh:

Jihan Syakira Al Chatib
202010040311266

Dosen Pengampu:
Nurudin, S.Sos., M.Si.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2024**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK SKINCARE MELALUI
PEMANFAATAN ISU LINGKUNGAN DI MEDIA SOSIAL
(Studi pada Campaign #Butter4YourLips #Better4ThisIsland di Akun Instagram
@fromthisisland)

Diajukan Oleh :

Jihan Syakira Al Chatib
202010040311266

Telah disetujui
Rabu / 16 Oktober 2024

Pembimbing I

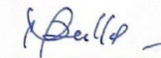

Nurudin, M.Si

Wakil Dekan I



Najamuddin, S.Pd., M.Pd., M.Hum., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Nasrullah, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Jihan Syakira Al Chatib

202010040311266

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

LULUS

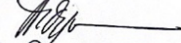
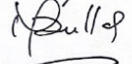

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi

Rabu, 16 Oktober 2024

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Widiya Yutanti, M.A (Hons) ()
2. Nasrullah, M.Si ()
3. Nurudin, M.Si ()

Mengetahui

Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin Rizal, S.IP., M.Hub.Int.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Jihan Syakira Al Chatib
NIM : 202010040311266
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Brand Skincare @fromthisisland dalam Meningkatkan Brand Awareness di Media Sosial Instagram (Studi pada Campaign #Butter4YourLips #Better4ThisIsland)

Disetujui,
Pembimbing

Nurudin, S.Sos., M.Si.

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos., M.Si.



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutami No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 140 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tugamas No 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT PERNYATAAN



Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Jihan Syakira Al Chatib
NIM : 202010040311266
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Strategi Komunikasi Pemasaran Brand Skincare @fromthisland dalam Meningkatkan Brand Awareness di Media Sosial Instagram (Studi pada Campaign #Butter4YourLips #Better4ThisIsland)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSklusif.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 3 Oktober 2024

Yang Menyatakan,


Jihan Syakira Al Chatib



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 252 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Dendungan Sulmi No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 951 140 (Hunting)
F. +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/X/2024

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Jihan Syakira Al Chatib
No. Induk Mahasiswa : 202010040311266
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Brand Skincare @fromthisisland dalam Meningkatkan Brand Awareness di Media Sosial Instagram (Studi pada Campaign #Butter4YourLips #Better4ThisIsland)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 3 Oktober 2024

Dosen Pembimbing

Nurudin, Sos., M.Si



Kampus I
Jl. Bunderung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bunderung Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 148 (Hunting)
F: +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/X/2024

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Jihan Syakira Al Chatib
NIM : 202010040311266
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 9 (Sembilan) tahun akademik 2024 / 2025 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 3 Oktober 2024

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Nasrullah, S.Sos., M.Si.



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 233 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutami No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tugomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umma.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29
TENTANG PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:

Strategi Komunikasi Pemasaran Brand Skincare @fromthisisland dalam Meningkatkan Brand Awareness di Media Sosial Instagram (Studi pada Campaign #Butter4YourLips #Better4ThisIsland)

Oleh:

Nama : Jihan Syakira Al Chatib

NIM : 202010040311266

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 3 Oktober 2024

Pembimbing I/Promotor

Nurudin, S.Sos., M.Si.

NIP. 10397060341



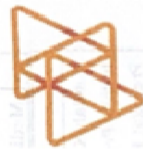
(*) Coret yang tidak perlu

Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 108 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 090

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 484 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

LAMPIRAN CEK PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Jihan Syakfaal Chatib

NIM : 202010040311266

Hasil Plagiasi : $\frac{7}{10}$ $\frac{8}{10}$

BAB I	14		
BAB II	12		
BAB III	21	20	

$\frac{7}{10}$

BAB IV	9		
BAB V	3		
BAB VI	7		



Malang, 7 Oktober 2024
PROGRAM STUDI
Admin Plagiasi Prodi
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG










M. Dasuki



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Jihan Syakira Al Chatib
2. NIM : 202010040311266
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Brand Skincare
@fromthisisland dalam Meningkatkan Brand Awareness di
Media Sosial Instagram (Studi pada Campaign
#Butter4YourLips #Better4ThisIsland)
6. Pembimbing : Nurudin, S.Sos., M.Si.
7. Kronologi Bimbingan :

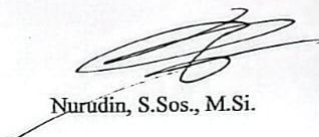
Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
17/01/2024	Mengajukan judul dan meminta saran mengenai "Strategi Komunikasi Pemasaran @fromthisisland dalam Meningkatkan Brand Awareness di Media Sosial Instagram"	
18/01/2024	ACC Judul Skripsi	
20/02/2024	Bimbingan Draft Proposal Skripsi Bab 1-3	
05/03/2024	Bimbingan Revisi Draft Proposal Skripsi Bab 1-3	
19/06/2024	Bimbingan Revisi Draft Proposal Skripsi Bab 1-3 dan Draft Wawancara Skripsi	
20/06/2024	ACC Proposal Skripsi Bab 1-3 dan Draft Wawancara Skripsi	
05/09/2024	Bimbingan Naskah Skripsi Bab 4-6	
17/09/2024	Bimbingan Revisi Naskah Skripsi Bab 4-6	
09/09/2024	ACC Seminar Hasil	

17/09/2024	Seminar Hasil	
------------	---------------	---

Malang, 3 Oktober 2024

Mengetahui,

Dosen Pembimbing


Nurudin, S.Sos., M.Si.

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

Pada Hari Selasa, 17 September 2024, Telah Dilaksanakan Seminar Hasil:

1.	Nama Peneliti	Jihan Syakira Al Chatib
2.	NIM	202010040311266
3.	Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi, Peminatan Public Relations
4.	Judul Skripsi	Strategi Komunikasi Pemasaran @fromthisland dalam Meningkatkan Brand Awareness di Media Sosial Instagram (Studi pada Campaign #Butter4YourLips #Better4ThisIsland)
5.	Dosen Pembimbing	Nurudin, S.Sos., M.Si.
6.	Dosen Penguji	Nasrullah, S.Sos., M.Si.


Seminar hasil dilakukan secara daring melalui Zoom dengan tautan link:

<https://us06web.zoom.us/j/85812798242?pwd=Sl0yVVCzCm9hbjJcdHr7zORJcEpMrK9.1>

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji beserta audiens sejumlah 13 Mahasiswa (Presensi Terlampir). Penyajian dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS

Mengetahui,


Dosen Pembimbing



Nurudin, S.Sos., M.Si.


Malang, 17 September 2024

Dosen Penguji



Nasrullah, S.Sos., M.Si.

Kaprodi Ilmu Komunikasi



Nasrullah, S.Sos., M.Si.

LAMPIRAN BERITA ACARA SEMINAR HASIL

LAMPIRAN

Daftar Hadir Seminar Hasil (Selasa, 17 September 2024)

NAMA : Jihan Syakira Al Catib

NIM : 202010040311266

Prodi : Ilmu Komunikasi

Nama Lengkap	NIM	Program Studi
Annida Fadhlillah	202010040311517	Ilmu Komunikasi
Charnabila	202010040311487	Ilmu Komunikasi
Isnaeni Indah	202010040311488	Ilmu Komunikasi
Muhammad Areqson Hertin	202010040311287	Ilmu Komunikasi
Prepadipta Galuh Dewi Kirana	202010040311302	Ilmu Komunikasi
Viola Kharida Hasna	201910040311108	Ilmu Komunikasi
Celine Dita Putri Jasika	202010040311257	Ilmu Komunikasi
Nico Adriansyah Hasibuan	202010040311290	Ilmu Komunikasi
Hanif Uswatun Hasanah	202010040311345	Ilmu Komunikasi
Adistya Prasasti	202010040311358	Ilmu Komunikasi
Dhita Tabina Irsanti	202010040311111	Ilmu Komunikasi
Mahayu Larasati	202010040311073	Ilmu Komunikasi
Nanda Triyani	202010040311281	Ilmu Komunikasi

ABSTRAK

ABSTRAK

Jihan Syakira Al Chatib, NIM 202010040311266, STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK SKINCARE MELALUI PEMANFAATAN ISU LINGKUNGAN DI MEDIA SOSIAL (Studi pada Campaign #Butter4YourLips #Better4ThisIsland di Akun Instagram @fromthisisland).

Dosen Pembimbing: Nurudin, S.Sos., M.Si.

Kata Kunci: Model AIDA, Instagram, strategi pemasaran, kesadaran merek, *Pull*, *Push* dan *Pass Strategy*, komunikasi digital, kampanye ramah lingkungan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran produk skincare melalui pemanfaatan isu lingkungan pada akun Instagram @fromthisisland dalam kampanye #Butter4YourLips #Better4ThisIsland. Dengan menggunakan pendekatan model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*), penelitian ini mengkaji bagaimana kampanye tersebut berhasil menarik perhatian, membangkitkan minat, menciptakan keinginan, serta mendorong tindakan pengguna media sosial.

Selain itu, penelitian ini juga mengadopsi *Pull*, *Push*, dan *Pass Strategy* dalam pemasaran. Strategi *Pull* digunakan untuk menarik audiens dengan memberikan konten yang menarik dan relevan, sementara strategi *Push* diterapkan melalui promosi langsung yang mendorong pengguna untuk berinteraksi dengan produk melalui fitur Instagram seperti *ads* dan *stories* dan strategi *Pass* digunakan untuk mempengaruhi citra positif brand.

Lalu, analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal yang mempengaruhi efektivitas kampanye. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pengikut akun Instagram @fromthisisland dan dokumentasi unggahan kampanye di Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand skincare @fromthisisland berhasil menggunakan Instagram sebagai platform komunikasi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran merek. Kampanye ini memanfaatkan konten visual yang konsisten dan menarik, serta edukasi tentang pentingnya keberlanjutan lingkungan.

Keberhasilan kampanye ini didukung oleh partisipasi aktif dari Maudy Ayunda sebagai CEO dan co-founder, serta kolaborasi dengan komunitas lokal dalam mendukung pelestarian sumber daya alam Indonesia. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami strategi komunikasi pemasaran digital dengan pendekatan kampanye ramah lingkungan, serta mengkombinasikan model AIDA, SWOT, dan strategi *pull*, *push* serta *pass*.

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Nurudin, S.Sos., M.Si.

Malang, 3 Oktober 2024

Peneliti



Jihan Syakira Al Chatib

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah rabbil Alamin, segala puji bagi Allah SWT. Tuhan semesta alam. Puji serta syukur penulis panjatkan atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kesehatan, kelancaran, kekuatan serta kemudahan dalam penyusunan tugas akhir skripsi dengan baik yang berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Brand Skincare @fromthisisland dalam Meningkatkan Brand Awareness di Media Sosial Instagram (Studi pada Campaign #Butter4YourLips #Better4ThisIsland). Shalawat dan salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarganya, dan para sahabatnya yang telah menyampaikan ajaran islam dan ilmu-ilmu pengetahuan kepada seluruh umat manusia dari zaman jahiliyah hingga saat ini.

Penulis mengakui bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman dalam menyusun karya ilmiah. Namun, berkat bimbingan, saran, bantuan, dan dorongan semangat dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Dengan demikian, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah berkontribusi, yaitu:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kekuatan, dan petunjuk kepada penulis hingga skripsi ini terselesaikan.
2. Keluarga, khususnya kedua orang tua penulis, karena telah memberikan dukungan dalam bentuk materil serta menjadi pendengar yang baik.
3. Bapak Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Prof. Dr. H. Muslimin Machmud, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Bapak Nasrullah, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Bapak Nurudin, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing saya yang telah dengan sabar membimbing saya dalam menyelesaikan penelitian ini.

7. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi serta Administrasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, dan dukungan kepada penulis semasa perkuliahan.
8. Para informan yang sekaligus teman penulis yang telah membantu memberikan informasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
9. Sahabat seperjuangan dari awal perkuliahan hingga perjalanan skripsi ini selalu bersama dengan penulis, Dini Salsabila
10. Saudara sepupu yang selalu menemani dan mendukung mental penulis kapanpun dimanapun, Kak Cya dan Sofia
11. Sahabat sejak TK hingga saat ini yang selalu mendukung penulis dan menemani penulis saat susah dan senang, Ivana, Danti dan Yeyen
12. Seluruh teman-teman di grup “Keluarga Besar Pram” yang dari awal masa perkuliahan hingga saat ini selalu menemani dan berjalan bersama penulis, terkhusus kepada Dini, Celine, Nanda, Mia, Niko, Areqson, Pram, Fauzan, dan Bagas
13. Seluruh teman-teman yang telah mengajarkan penulis banyak hal dan mewarnai perkuliahan penulis, terkhusus Galuh, Sultan, Mahayu, Denisa, Viola, Dhita, Isna, Charna, Intan, Annida, Pinkan, Adis dan Rafif.

Besar harapan penulis agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Penulis menyadari masih banyaknya kekurangan dalam penulisan tugas akhir skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti sangat menerima kritik dan saran dari semua pihak.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Penulis,

Jihan Syakira Al Chatib

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	v
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....	vi
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH	vii
LEMBAR PERSETUJUAN PLAGIASI.....	viii
LAMPIRAN CEK PLAGIASI.....	ix
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	x
BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....	xii
LAMPIRAN BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....	xii
ABSTRAK	xiv
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH	1
BAB III.....	23
METODE PENELITIAN	23
BAB IV	31
GAMBARAN UMUM PENELITIAN.....	31
4.1 PROFIL FROM THIS ISLAND	31
4.2 Gambaran Umum Informan Penelitian.....	35
BAB V.....	37
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
5.1 HASIL PENELITIAN.....	37
5.2 PEMBAHASAN.....	59
BAB VI.....	67

PENUTUP.....67
6.1 KESIMPULAN.....67
6.2 SARAN68
DAFTAR PUSTAKA.....69



DAFTAR PUSTAKA

- Alessandrina, D. M. (2022, September 22). Populix: Produk Perawatan dan Kecantikan Makin Diminati. www.marketeers.com.
- Annur, C. M. (2023). Indonesia Jadi Negara dengan Pengguna Instagram Terbanyak ke-4 di Dunia. Katadata.co.id; Databoks.
- Annur, C. M. (2023, November 28). Indonesia Jadi Negara dengan Pengguna Instagram Terbanyak ke-4 di Dunia. Katadata.co.id; Databoks.
- Annur, C. M. (2023). Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023. Katadata.co.id; Databoks.
- C., A. L. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Teh Pucuk Harum Wilayah Surabaya Utara. *Jurnal Manajemen*, 192.
- Dixon, S. J. (2024, Maret). Number of Worldwide Social Network Users. Statista.
- Ghealita, R. V. (2015). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian AMDK Merek Aqua. *Jurnal Riset Manajemen*, 1-9.
- Haque, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). Strategi Pemasaran: Konsep, Teori dan Implementasi. IBS Repository.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2022). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif (2nded)*. Jakarta: Kencana.
- Lasono, I. M., & Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Lasono, I. M., & Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Lasono, I. M., & Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Maarif, S. D., & Koesno, D. (2023). *Teori Komunikasi Pemasaran dan Contohnya*. Tirto.id.
- Matamaya. (2023). *Informasi Terbaru tentang Sosial Media dan Dunia Digital*. Matamaya.id.

- Monita, R. (2023, Oktober 27). From This Island Hadirkan Skincare dari Warisan Alam Indonesia.
- Nandy. (2022). Strategi Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tujuan, dan Contohnya. Gramedia.
- Norazah, & Sasmita, J. (2015). Young Consumers' Insights on Brand Equity Effects of Brand Association, Brand Loyalty, Brand Awareness, and Brand Image. *International Journal of Retail & Distribution Management*.
- Pillars, H. (2020). Buku Komunikasi Pemasaran. National Geographic.
- Prisgunanto, I., & Sikumbank, R. F. (2006). Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik (dilengkapi analisis SOSTAC dan STOP-SIT). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Probohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal sains Manajemen*.
- Ruslan, R. (2016). Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsep .
- Sari, V. M., & Anshori, A. (2021). Marketing Communcition Strategy Sawah Pematang Johar Tour in Improving Tourist Visits. Comcast.
- Sugiyono, P. D. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Zuchdi, D. (1993). Panduan Penelitian Analisis Konten. Yogyakarta: Lembaga Penelitian IKIP Yogyakarta.