

DAFTAR PUSTAKA

- Fahri, R. A. (2024, July 1). Sosialisasi Santunan Penjaminan PT. Jasa Raharja Akibat. *JCRE: Journal of Community Research and Engagement*, 14. Retrieved from file:///C:/Users/HP/
- Firmansyah, A. (2020). KOMUNIKASI PEMASARAN. (T. Q. Media, Ed.) CV. PENERBIT QIARA MEDIA, 362. Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/342644678_Buku_Komunikasi_Pemasaran/links/5efe789b299bf18816fcee6a/Buku-Komunikasi-Pemasaran
- Fujiawati, F. S. (2021). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM). *JPKS (Jurnal Pendidikan dan Kajian Seni)*, 13. Retrieved from file:///C:/Users/HP/Downloads/11602-29603-1-SM.pdf
- Global Business. (2023, Juli 27). "Pak JR" Berikan Sosialisasi Kepada Gen Z di Kampus Universitas Banten Jaya (UNBAJA) Serang, Banten. Retrieved from Global Business: <https://globalbusiness.id>
- Gramedia Blog. (n.d.). Metodologi Penelitian: Pengertian, Jenis, Manfaat, dan Tujuan. *Metodologi penelitian*. Retrieved from <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-penelitian-kualitatif/>
- Komunikasi Korporat Seni dan Strategi Membangun Citra Perusahaan. (n.d.). In D. Anggraeni, N. A. Triany, H. Apriyanto, & A. Sutresna, *Komunikasi Korporat Seni dan Strategi Membangun Citra Perusahaan* (p. 122). PT. Sonpedia Publishing Indonesia. Retrieved from https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=FD1HEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=strategi+membangun+citra+perusahaan&ots=MZ_K4D_hk-&sig=CqeV7w0A-CWKJebVl33MZWnq8Cg&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Engagement, J. J., & Syarif Hidayatullah, R. A. (2024, July). *Sosialisasi Santunan Penjaminan PT. Jasa Raharja Akibat*. Retrieved from JCRE: Journal of Community Research and Engagement: file:///C:/Users/HP/Downloads/Hal+61-74.pdf

PT JASA RAHARJA . (2014 - 2024). BUMN UNTUK INDONESIA. *Profil perusahaan*. Retrieved from <https://www.jasaraharja.co.id>

rinjaneev, v. (2024). Instagram Sebagai Media Komunikasi Sosial. 19. Retrieved from <https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/3102/3/BAB%20II.pdf>

Sabilla, A. Z. (2022). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP EKSISTENSI. (*Tugas Akhir*). Retrieved from <http://digilib.unila.ac.id/66399/3/TUGAS%20AKHIR%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf>

Suhartono. (2012). TINGKAT PENGETAHUAN MASYARAKAT. *SKRIPSI*, 19. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/33698761.pdf>

Zaman, J. S. (2017, Mei). *ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE CORPORATE (CITRA MEREK PERUSAHAAN) TERHADAP*. Retrieved from Jurnal ECONOMICA:

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56519208/Jurnal_Pemasaran-libre.pdf?1525832397=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DJurnal_Pemasaran_pdf.pdf&Expires=1736498381&Signature=E-F-hxTBw2sXEXjc0qZsxTgujsnKs3zx6W6-3cQ-xLzo2Zj8BhjJyAoS-Ri8RyLVd

Dwi Cahyono, A. K. (2024). *DIGITAL MARKETING (Era Revolusi Industri 4.0)*. (Hartini, Ed.) Klaten: Lakeisha. Retrieved from <http://eprint.stieww.ac.id>

Hariyanto, D. (2023). *Komunikasi Pemasaran*. (F. M. Tanzil Multazam, Ed.) Sidoarjo, Jawa Timur: UMSIDA Press. Retrieved from

file:///C:/Users/user/Downloads/admin,+Marcom+PDF+-
+Didik+Hariyanto1+(1)-digabungkan%20(1).pdf

Seleman Hardi Yahawi, A. (2021). Digital Marketing. In *Digital Marketing: Konsep dan Strategi* (p. 51). From <https://www.yenifitria.my.id/>

