

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of Marketing Research*, 34(3), 347–356. <https://doi.org/10.2307/3151897>
- American Marketing Association. (2023). *Definition of brand*. <https://www.ama.org/topics/branding/>
- Ardial, H. (2022). *Paradigma dan model penelitian komunikasi*. Bumi Aksara.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Penguin Books.
- Bogdan, R. C., & Taylor, S. J. (1975). *Introduction to qualitative research methods: A phenomenological approach to the social sciences*. John Wiley & Sons.
- Chris Baker dalam Maulana, A. (2017). *Kajian gaya dalam media komunikasi*. Pustaka Akademika.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Datareportal. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Barat. (2023). *Data produksi kopi Jawa Barat tahun 2023*. Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Barat.
- Eliya, I. (2019). *Framing: Jurus slick menjebak pembaca*. PT. Lontar Digital Asia.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Eriyanto. (2002). *Analisis framing: Konstruksi, ideologi dan politik media*. LKiS.
- Eriyanto. (2012). *Analisis framing: Konstruksi, ideologi, dan politik media*. LKiS.
- Faizal, A. A., Naim, M., & Fauzi, A. (2022). Fenomena Instagram sebagai sarana eksistensi pada kelompok remaja di Kelurahan Sudimara Selatan. *Buana Komunikasi: Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.32897/buanakomunikasi.2022.3.1.1280>
- Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching: Mass media in the making and unmaking of the new left*. University of California Press.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press.

- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. SAGE Publications.
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2016). *Metodologi penelitian: Kuantitatif, kualitatif, dan campuran untuk manajemen, pembangunan, dan pendidikan*. PT Refika Aditama.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kennedy, J. E., & Soemanagara, R. D. (2006). *Marketing communication: Taktik dan strategi*. PT Bhuna Ilmu Populer.
- Kementerian Pertanian Republik Indonesia. (2023). *Statistik perkebunan unggulan nasional 2021–2023: Kopi*. Direktorat Jenderal Perkebunan.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (Edisi 13, Jilid 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Pfoertsch, W. (2006). *B2B brand management*. Springer.
- Maulana, A. (2017). *Kajian gaya dalam media komunikasi*. Pustaka Akademika.
- McQuail, D., & Deuze, M. (2011). *Teori komunikasi massa*. Salemba Humanika.
- Meta. (2024). *Instagram by the numbers: Stats, demographics & fun facts*. <https://www.statista.com/topics/1882/instagram/>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1984). *Qualitative data analysis: A sourcebook of new methods*. SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Munifah, H., Sudarwanto, B., & Bharoto, B. (2021). Cibaduyut creative community center dengan pendekatan desain biofili [Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro]. Institutional Repository Universitas Diponegoro.
- Mustofa, M. (2019). Peran hashtag (#) dalam media sosial sebagai upaya branding pustakawan. *LIBRARIA: Jurnal Perpustakaan*, 7(1), 19–38.

- Nugraha, B. S. (2023). *Gaya identitas lokal kopi nusantara pada akun Instagram @kopinusantara* [Skripsi, Universitas Padjadjaran]. Institutional Repository Universitas Padjadjaran.
- Pan, Z., & Kosicki, G. M. (1993). Framing analysis: An approach to news discourse. *Political Communication*, 10(1), 55–75. <https://doi.org/10.1080/10584609.1993.9962963>
- Pasuruan, K. Y. (2024). Analisis resepsi mahasiswa pada film dokumenter "Dirty Vote" tentang isu-isu kecurangan pemilu (Studi pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Yudharta Pasuruan). *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, 4(9), 1–18.
- Pracoyo, R. (2024). *Evaluasi strategi komunikasi pemasaran terpadu pada kafe di Yogyakarta: Studi kasus Kafe Dailyfavor* [Skripsi, Universitas Islam Indonesia]. Institutional Repository UII.
- Prastowo, A. (2012). *Metode penelitian kualitatif dalam perspektif rancangan penelitian*. Ar-Ruzz Media.
- Prisgunanto, I. (2006). *Komunikasi pemasaran: Strategi dan taktik*. Ghalia Indonesia.
- Roy, R., Rane, S. R., Komatiguntala, D., Sontineni, R. B., Balakrishnan, S. M., & Bommiseti, R. K. (2025). Evaluating social media content's effect on consumer engagement in the context of digital marketing. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 9(6), 521–536.
- Rustan, S. (2009). *Mendesain logo*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sartika, M. L., Ritonga, S., & Jailani, M. (2023). Analisis framing channel Youtube Dr. Richard Lee tentang keamanan dan strategi pemasaran produk. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 88–102.
- Sarastuti, D. (2017). Strategi komunikasi pemasaran online produk busana muslim Queenova. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(1), 71–90.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2), 1–7.
- Snow, D. A., & Benford, R. D. (1988). Ideology, frame resonance, and participant mobilization. *International Social Movement Research*, 1(1), 197–217.
- Sobur, A. (2015). *Analisis teks media: Suatu pengantar untuk analisis wacana, analisis semiotik, dan analisis framing*. PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi penelitian*. Pustaka Baru Press.

- Suwatno. (2017). *Komunikasi pemasaran kontekstual*. PT Remaja Rosdakarya.
- We Are Social & Datareportal. (2024). *Digital 2024 global overview report*.
<https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>
- Yosep Simanjuntak, M. (2025). Analisis framing Robert N. Entman tentang citra kota Jakarta dalam film Jakarta vs Everybody [Skripsi, Universitas Lampung]. Institutional Repository Universitas Lampung.
- Zulfiansyah, W. (2015). Pencitraan SBY dalam RUU Pilkada: Analisis framing pemberitaan RUU Pilkada di media online Kompas.com dan Detik.com periode 26 September–2 Oktober 2014. *E-Proceeding of Management*, 2(3), 4366–4381.
- Zulkarnain, I. (2021). Media konvensional vs new media: Studi komparatif surat kabar dan media online dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3(2), 1–14.