



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E., & Soemirat, S. (2010). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Darmastuti, R. (2012). *Media Relations, Konsep, Strategi dan Komunikasi*. Yogyakarta: CV Andi Of Fset.
- Deeter-Schmelz, D. R. (2008). Personal Selling and Sales Management Abstracts. *The Journal of Personal Selling and Sales*, 27(4), 389-399.
- Gandariani, T. (2017). Public Relations dan Kemampuan Menulis Press Release sebagai Publisitas Korporat. *Jurnal Lentera Komunikasi*, 71-87.
- Gunelius, S. (2011). *30-minute Social Media Marketing: Step-bystep techniques to spread the word about your business fast and free*. New York: McGraw-Hill.
- Holmes Report. (2011, 04 16). *2011 Asia-Pacific Agencies of The Year*. Diambil kembali dari provokemedia.com: <https://www.provokemedia.com/latest/article/holmes-report-names-asia-pacific-agencies-of-the-year>
- Jannah, K. R. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Layanan Digital Indihome PT Telkom Witel Solo (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Layanan Digital IndiHome PT Telkom Witel Solo Periode 2018-2019). *Jurnal Kommas*, 2-13.
- Jhonston, J. (2013). *Media Relations: Issues and Strategies*. New York: Allen Unwin.
- Keller, K. &. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. a. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lai, L. S. (2015). Content Analysis of Social Media: A Grounded Theory Approach. *Journal of Electronic Commerce Research*, 138-152.
- M. C. Cant, C. H. (2005). *Personal Selling*. Juta and Company Ltd.
- PRNewswire. (2019, 05 22). *Weber Shandwick Most Awarded Agency at 2019 PR Week Global Awards*. Diambil kembali dari Pnewswire.com: <https://www.prnewswire.com/news-releases/weber-shandwick-most-awarded-agency-at-2019-prweek-global-awards-300855436.html#:~:text=Weber%20Shandwick%20was%20honored%20as,of%20the%20Year%20in%202016>.

- Rahayu, S. (2021). Kajian Tentang Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Penjualan di Anne Kamper's Pariaman. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 2652-2660.
- Sambo, M. (2019). *Media Relations Kontemporer: Teori dan Praktik*. Jakarta: Prenada Media.
- Saputra, W., & Nasrullah, R. (2014). *Public Relations 2.0: Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber*. Depok: Gramata.
- Scultz, D. E. (1993). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Smith, R. D. (2010). *Strategic Planning for Public Relations, 4th Edition*. London: Routledge.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2012). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Susanne Schwarzl, M. G. (2015). Online Marketing Strategies: The Future is Here. *Journal of International Studies*, 8(2), 187-198.
- Wilcox, D. L., Cameron, G. T., & Reber, B. H. (2012). *Public Relations: Strategies and Tactics, Study Editions*. London: Pearson.
- Wiliam. (2010). *Media Monitoring: The Complete Guide*. New York: Cyber Alert.Inc.

