



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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

- Armstrong, Helen. (2009). *Graphic Design Theory Reading From The Field*. (Terjemahan: Indrajaya, Erastus Hans). Yogyakarta: Andi.
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cutlip & Center's. (2013). *Effective Public Relations*. US: Courier Kendallville
- Durianto, D. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto dkk. (2004). *Brand Equity Trend Strategy Memimpin Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Fahmi, Irham. (2013). *Manajemen Kepemimpinan Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Harris, T & Patricia T. Whalen. (2006). *The Marketer's Guide to Public Relations in the 21st Century*. USA: Thomson
- Kotler, P. (2005). *According to Kotler*. Jakarta: PT bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, P & Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Gary Armstrong. (2006). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson International Edition.
- Keller, K. (2013). *Strategic Brand Management*. US: Courier Kendallville
- Krisyantono, Rachmat. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai contoh praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Middleberg, Don. (2001). *Winning PR in the Wired, world: Powerful Communications Strategies for the Noisy Digital Space*. USA: McGrawHill.
- Mulyana, Deddy. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Moleong, J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Rosdakarya.
- Muslim, Salam. (2011). *Metodologi Penelitian Sosial*. Tamalanra Makassar: Masagna Press.
- Mayer, J Paul. (2006). *Attitude Is Everything*. The Leading Edge: Publishing.Co
- Nurjaman, Khaerul. (2012). *Komunikasi dan Public Relations*. Bandung: Pustaka Setia.
- Phillips, David & Phillip Young. (2009). *Online PR :A Practical Guide to Developing an Online Strategic in the World of Social Media*. London: Kogan
-
- _____. (2011). *Online PR: A Practical Guide to Developing an Online Strategic in the World of Social Media*. London: Kogan Page
- Rosady, Ruslan. (2008). *Manajemen Public Relatoins & Media Komunikasi*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Rosady, Ruslan. (2013). *Public Rlations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rangkuti, Freddy. (2004). *Manajemen Persediaan: Aplikasi di Bidang Bisnis*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Supriyono, Rakhmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual :Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Soemanagara.Rd. (2012). *Strategic Marketing Communication*. Bandung: Alfabeta.
- Strauss, Judi & Raymond, Frost. (2009). *E-Marketing*, New Jersey: Pearson Education, Inc
- Sugiyama, Kotaro & Tim, Andree. (2011). *The Dentsu Way*. USA: Mc-Graw Hill.
- Wartime, Kent & Fenwick, Ian. (2008). *DigiMarketing:the Eessential Guide to New Media & Digital Marketing*. Singapore: WILEY

Wirowo, M & Indah Soekatjo. (2014). *Brand Yourself*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Sumber Internet

<http://www.internetworldstats.com/asia/id.htm>

<http://panendigital.com/>

<https://www.sribu.com/id/about-us>

<https://www.youtube.com/watch?v=05NSwwxEIXE>

Skripsi

Sinaga, Elmi Rina Marsinta. (2010). *Strategi Public Relations Dalam Upaya Membangun Brand Image TOP 1 Melalui Media Online*. UI: Fakultas ilmu sosial dan politik.

Nurbani, Anindhita Septi. (2010). *Strategi Marketing Public Relations (MPR) PT. Garuda Indonesia Dalam Mempromosikan Rute Penerbangan Jakarta-Amsterdam*. UI: Fakultas ilmu sosial dan Ilmu politik

Jurnal

http://repository.upi.edu/15031/4/S_PSR_1006665_Chapter1.pdf

<https://core.ac.uk/download/pdf/11722347.pdf>

<http://journal.unisla.ac.id/pdf/12922013/4.pdf>

http://research-dashboard.binus.ac.id/uploads/paper/document/publication/Proceeding/Humaniora/Vol.%202%20No.%202%20Oktober%202011/16_PSI%20-%20Nuah%20Perdamenta%20Tarigan.pdf