



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

- Aaker, David. 2008. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Ardianto, Elvinaro. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- _____. 2010. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations : Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Belch, Michael A. & Belch, George E. 2009. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw Hill.
- Blossom, John. 2009. *Content Nation*. Indianapolis: Wiley Publishing, Inc.
- Creswell, John W. 2007. *Qualitative Inquiry and Research Design*. California: Sage Publications.
- Cutlip, Scott M., Center, Allen H & Broom, Glen M. 2009. *Effective Public Relations Edisi ke-9*. Jakarta: Kencana.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto dan Tony Sitinjak. 2001. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Etta, M. Sangadji dan Sopiah, 2010. *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi
- Jefkins, Frank, dan Daniel Yadin. 2004. *Public Relations*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Juju, Dominikus dan Feri Sulianta. 2010. *Branding Promotion with Social Networks*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

- Kaplan, Andreas M. And Michael Haenlein. 2010. *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. United States: Business Horizons.
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2002. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. 2013. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ries, Al & Laura. 2004. *The Fall of Advertising and The Rise of PR*. USA: Harper Business.
- Ruslan, Rosady. 2005. *Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- _____. 2010. *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Salim, Agus. 2001. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Scott, Peter R. & Jacka, J. Mike. 2011. *Auditing Social Media: A Governance and Risk Guide*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu edisi Bahasa Indonesia, jilid 1, edisi 5*. Jakarta: Erlangga.

Susanto, AB., Wijanarko, Himawan. 2004. *Power Branding: Membangun Brand yang Legendaris*. Bandung: Penerbit Mizan.

Tjiptono, Fandy. 2011. *Manajemen & Strategi Merek*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

West, Richard dan Lynn H. Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi 2: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

Wiryanto. 2000. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Grasindo.

Tesis

Gaby Maria M. 2012. *Proses Implementasi Strategi Komunikasi Melalui Social Media dalam Menanamkan Citra Merek di Mata Publik (Studi Kasus Terhadap Strategi Social Media Permen Kopi Kapal Api)*. Tesis. Jakarta: Universitas Indonesia.

Priscila Febriana Carlita. 2012. *Analisa Pemanfaatan Social Media Twitter sebagai Medium Komunikasi dengan Konsumen dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Pada Produk yang Mengalami Percepatan Pertumbuhan Pemahaman)*. Tesis. Jakarta: Universitas Indonesia.

Pustaka Online

http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3464/Konvensi+RSKKNI+Produser+TV/0/berita_satker#.VHPu6XKSydo

UMMN