



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

Buku

- 1) Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian Untuk Public Relatios Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- 2) Basrowi dan Sukidin. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Mikro*. Surabaya. Insan Cendikia.
- 3) Berger, Peter L dan Luckmann, Thomas. 2012. *Tafsir Sosial Atas Kenyataan Risaiah tentang Sosiologi Pengetahuan*. Jakarta : LP3ES
- 4) Creswell, J. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions* (2nd ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.
- 5) Daymon, C., & Holloway, I. (2011). *Qualitative research methods in public relations and marketing communications* (2nd ed.). New York, NY: Routledge.
- 6) Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Human Relations & Public Relations*. Bandung : Mandar Maju
- 7) Furco, A. (2002). *Service-learning: The essence of the pedagogy*. Greenwich, CT: Information Age Pub.
- 8) Griffin, E. (2006). *A first look at communication theory* (6th ed.). Boston: McGraw-Hill
- 9) Jefkins, Frank dan Yadin. 2003, *Public Relations*. -Edisi Revisi kelima-, Jakarta, Erlangga.
- 10) Kuswarno, E. (2009). *Fenomenologi: Metode penelitian komunikasi : Konsepsi, pedoman, dan contoh penelitiannya*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- 11) Maslow, Abraham H. (1994). *Motivasi dan Kepribadian (Teori Motivasi dengan Pendekatan Hierarki Kebutuhan Manusia)*. Jakarta : PT. PBP.
- 12) Moleong, Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- 13) Mulyana, Deddy, 2005, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- 14) Neuman, W. (2011). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (7th ed.). Boston: Allyn & Bacon.

- 15) Noe, R. (2014). *Fundamentals of human resource management* (5th ed.). New York, NY: McGraw-Hill/Irwin.
- 16) Rumanti, Maria Assumpta. 2005. *Dasar-dasar Public Relations : Teori dan Praktik*. Jakarta : Grasindo
- 17) Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers
- 18) Setiansah, Mite & Edi Susanto. 2010. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Jurnal

- 1) Lim, Sol , Han, E Cheol, Uhlhaas, Peter J, dan Kaiser, Marcus. (2013). "Preferential Detachment During Human Brain Development: Age- and Sex-Specific Structural Connectivity in Diffusion Tensor Imaging (DTI) Data". Desember 2013. 1
- 2) Levine, Ross dan Rubinstein, Yona. (2013). "Smart and Illicit : Who Becomes an Entrepreneur and Do They Earn More?". Agustus 2013
- 3) Maslow, A. (1943). *A theory of human motivation*.

Online

- 1) Kristanti, J. Ani. (2012). "Public Relations, Menjanjikan Penghasilan Tinggi". Dalam <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2012/08/31/11474388/Public.Relations.Menjanjikan.Penghasilan.Tinggi>
- 2) Nurfuadah, Rifa Nadia.(2014). "Pentingnya Magang Untuk Modal Kerja". Dalam <http://news.okezone.com/read/2014/09/26/373/1044703/pentingnya-magang-untuk-modal-kerja>
- 3) Prasetya, Lukas Adi. (2011). "Pemagangan Penting Untuk Tingkatkan Kualitas". Dalam <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2011/10/26/17232560/Pemagangan.Penting.untuk.Tingkatkan.Kualitas>
- 4) Wyne, Robert. (2013). "What Does A Public Relations Agency Do?". Dalam <http://www.forbes.com/sites/robertwynne/2013/04/10/what-does-a-public-relations-agency-do/>



UMN