



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

SUMBER BUKU

- AdJuggler, Inc. 2009. "Guide to Online Advertising (pdf)". www.adjuggler.com. Diakses pada 21 Februari 2015.
- Albana, Fachri Hanif. 2014. "Pengaruh *Social Media Marketing Facebook* terhadap *Brand Engagement* (Survei pada anggota *fanpage facebook Lux*). Universitas Pendidikan Indonesia.
- Breakenridge, Deirde. 2012. "PR 2.0 Defined". Dalam <http://www.deirdrebreakenridge.com/pr-20-defined/Mardjono>, Dimas. Diakses pada 26 September 2014.
- Buckingham, Ian P. 2008. *Brand engagement: How Employees Make or Break Brands*. New York: Palgrave Macmillan.
- Chan-Olmsted, Sylvia M., Moonhe Cho, dan Sangwon Lee. Oktober 2013. "User Perceptions of Social Media : A Comparative Study of Perceived Characteristics and User Profiles by Social Media". Vol. 3. www.ojcm.net/articles/34/349.pdf. Diakses pada 12 Februari 2015.
- Creeber, Glen, and Royston Martin. 2009. *Digital Cultures : Understanding New Media*. England : Mc Graw Hill.
- Dewi Magazines. 2014. "Kampanye Women of Worth dari L'Oreal Paris". Dalam <http://www.dewimagazine.com/art.culture/news/kampanye.women.of.worth.dari.loral.paris/003/001/583>. Diakses pada 26 September 2014.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Fadjar, Evieta. 2014. "L'Oreal Women of Worth, Mencari Perempuan Inspiratif". Dalam <http://www.tempo.co/read/news/2014/09/14/110606892/LOreal-Women-of-Worth-Mencari-Perempuan-Inspiratif>. Diakses pada 26 September 2014.
- Febrihatin, Frida Diana. 2014. "Strategi *Online Public relations* Dalam Brand Awareness AIESEC Surabaya". E-Jurnal Universitas Airlangga Vol.3 No.2 http://journal.unair.ac.id/article_7347_media137_category8.html. Diakses pada 10 Oktober 2014.
- Gunelius, Susan. "How to Build Brand Engagement – Part 1". Dalam <https://aytm.com/blog/research-junction/how-to-build-brand-engagement-part-1/>. Diakses pada 26 September 2014.

- Hovland, Carl, Irving L. Janis, dan Harold H. Kelley. 1966. *Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change*. Penerbit: A Vale Paperbound.
- IAB Australia Pty Limited. 2014. "iab Australia-digital campaign:best practice". www.iabaustralia.com.au. Diakses pada 12 Februari 2015.
- Jefkins, Frank dan Daniel Yadin. 1998. *Public relations (Fifth Edition)*. UK: Pearson Education Limited.
- Juju, Dominikus. 2010. *Hitam & Putih Facebook*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Julianita, Winda. 2012. *Be a smart & good facebookers*. Jakarta : PT Elex Media.
- Kapoor, Avinash, CHinmaya Kulshrestha. 2012. *Branding and Sustainable Competitive Advantage : Building Virtual Presence*. USA : IGI Global.
- Kuntarto, Niknik M.. 2011. *Cermat dalam Berbahasa, Teiliti dalam Berpikir*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kakilangit Kencana.
- Logan, Robert K. 2010. *Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan*. New York: Peterlang Publishing.
- Mayfield, Antony. 2008. *What is Social Media ?*. icrossing.co.uk/ebook. Diakses pada 12 Februari 2015.
- Meidianasari, Army. 2010. "Gandeng Dian Sastro, L'Oreal targetkan Penjualan Dua Kali Lipat". Dalam <http://swa.co.id/listed-articles/gandeng-dian-sastro-loreal-targetkan-penjualan-dua-kali-lipat>. Diakses pada 26 September 2014.
- McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa* (Buku 1 Edisi 6). Jakarta: Salemba Humanika.
- McStay, Andrew. 2010. *Digital Advertising*. New York : Palgrave Macmillan.
- Nadie, Lahyanto. 2014. "Pemasaran Digital Booming, dari Konten hingga Brand". Dalam <http://industri.bisnis.com/read/20140506/12/225055/pemasaran-digital-makin-booming-dari-konten-hingga-brand>. Diakses pada 26 September 2014.
- Nisfiannoor, Muhammad. 2013. *Pendekatan Statistika Modern : Aplikasi dengan Software SPSS dan E-views*. Jakarta : Universitas Trisakti.

- Paine, Katie. 2010. "Online Engagement and How to Measure it, an Expert from Paine's New Book Available in March 2011". Dalam <http://www.themeasurementstandard.com/2010/10/online-engagement-and-how-to-measure-it-an-excerpt-from-measure-what-matters-katie-paines-new-book-a/>. Diakses pada 28 September 2014.
- Paine, Katie Delahaye. 2011. *Measure what matters*. Canada : John Wiley & Sons Inc.
- Pramesti, Getut. 2011. *Aplikasi SPSS dalam Penelitian*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Prescient Digital Media Ltd. 2015. "4 Steps to a Successful Social Media Campaign. <http://www.prescientdigital.com/articles/web-2.0/4-steps-to-a-successful-social-media-campaign/>. Diakses pada 20 Februari 2015.
- Priyanto, Duwi -2012- Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS - Yogyakarta - Andi.
- Rahardjo, Novia Sillisya. 2014. "Pengaruh Kampanye "Selagi Muda" di Facebook Terhadap Brand Awareness (Studi Kasus : Mandiri Investasi Reksa Dana, Periode Februari – Mei 2014)". Binus University.
- Ray, Ramon. 2013. *The Facebook Guide to Small Business Marketing*. Canada: Simultaneously.
- Ridwan, Mohammad. 2014. "Women of Worth, Apresiasi L'Oreal bagi Ketulusan Perempuan Indonesia". Dalam <http://www.lensaindonesia.com/2014/09/14/women-of-worth-apresiasi-loreal-bagi-ketulusan-perempuan-indonesia.html>. Diakses pada 26 September 2014.
- Romli, Asep Syamsul M.. 2012. *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Seitel, Fraser P. 2007. *The Practice of Public relations (Tenth Edition)*. USA: Prentice Hall (Pearson).
- Simplify360. 2012. "How to run social media campaign (pdf). www.slideshare.net. Diakses pada 20 Februari 2015.
- Siregar, Syofian - 2013 - Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif - Jakarta - Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2007. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.

SUMO. 2012. "Digital Engagement handbook (pdf)". www.slideshare.net. Diakses pada 23 Februari 2015.

Supriadi, Cecep. 2014. "L'Oreal Indonesia, Sediakan Semua Kebutuhan Wanita". Dalam <http://www.marketing.co.id/loreal-indonesia-sediakan-semua-kebutuhan-wanita-2/>. Diakses pada 26 September 2014.

Triananda, Kharina. 2014. "Cari Wanita Inspiratif, L'Oreal Indonesia Luncurkan Program Women Of Worth". Dalam <http://www.beritasatu.com/mode/209182-cari-wanita-inspiratif-loreal-indonesia-luncurkan-program-women-of-worth.html>. Diakses pada 26 September 2014.

Zarella, Dan. 2010. *The Social Media Marketing Book*. Canada : O'Reilly Media, Inc.

_____. 2011. _____.

www.Marketing.co.id

www.loreal.co.id

www.slideshare.net

www.academia.edu

UMMN