



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

- Amelia, I. (2015). *Instagram Marketing Guide*.
- Dharmayanti, F. a. (2014). Analisis Pengaruh Iklan Televisi dan Endorser terhadap Purchase Intention. *Analisis Pengaruh Iklan Televisi dan Endorser terhadap Purchase Intention ponds dengan brand awareness sebagai brand intervening*, 4.
- Hasan, E. (2017). *Komunikasi Pemerintahan*. Jakarta: Refika Aditama.
- Hendarto, W. (2012). *Strategi Pemasaran Digital*. Jakarta: Elex Media Computindo.
- Hidayati. (2015). Strategi Komunikasi Pemasaran. *Strategi Komunikasi Pemasaran Gallery Prawirotaman Hotel Yogyakarta Dalam Meningkatkan Jumlah Customer*, 28.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, W. S. (2014). *Public Relations 2.0: Teori dan Praktik Public Relations di era Cyber*. Depok: Gramata Publishing.
- Soemirat, A. d. (2004). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tarigan, R. S. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Varinder Trapial, P. K. (2012). *Understanding Social Media*. Ventus Publishing.
- Venus. (2004). *Manajemen Kampanye; Panduan Teoritis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. . Bandung: Simbiosis Rekaatam Media.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A