



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

- Arief, N. N., & Saputra, M. A. (2019). Kompetensi Baru Public Relations (PR) Pada Era Artificial Intelligence: Case Study Praktisi PR di Indonesia. . *Jurnal Sistem Cerdas*, 1-12.
- Coombs, W. T. (2014). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding, 4th Edition*. London: Sage Publications, Inc.
- Dewi, N. S. (2021, October 21). *OTT Dorong Perkembangan Industri Film dan Konten Lokal*. Dipetik November 21, 2021, dari [digation.id](https://www.digation.id/read/017473/ott-dorong-perkembangan-industri-film-dan-konten-lokal): <https://www.digation.id/read/017473/ott-dorong-perkembangan-industri-film-dan-konten-lokal>
- Gandariani, T. (2016). Public Relations dan Kemampuan Menulis Press Release Sebagai Publisitas Korporat. *Jurnal Lentera Komunikasi* , 71-87.
- Hendra, D. (2018, March 19). *Apakah Investasi di Industri Film Menguntungkan?* Dipetik November 10, 2021, dari swa.co.id: <https://swa.co.id/swa/trends/apakah-investasi-di-industri-film-menguntungkan>
- Herlina, S. (2015). STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MEMBENTUK CITRA PEMERINTAHAN DI KOTA MALANG. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 493-500.
- Johnston, J. (2013). *Media Relations, Issues & Strategies. 2nd Edition*. Sydney : Allen & Unwin.
- Kemp, S. (2021, February 11). *DIGITAL 2021: INDONESIA*. Dipetik November 16, 2021, dari datareportal.com: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Lembaga Sensor Film . (2021). *105 Tahun Sensor di Indonesia*. Dipetik November 21, 2021, dari lsf.go.id: <https://lsf.go.id/sejarah/>
- Lembaga Sensor Film. (2017, June 16). *Visi dan Misi Lembaga Sensor Film RI*. Dipetik November 18, 2021, dari arsip-indonesia.org: <https://arsip-indonesia.org/nl/zoeken?mivast=50000&mizig=190&miadt=50000&miaet=14&micode=ORGANISASI&minr=1031725&milang=nl&misort=pla%7Casc&miview=ldt>
- Lembaga Sensor Film RI. (2014, May). *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2009 Tentang Perfilman*. Dipetik November 21, 2021, dari [bpi.or.id](https://www.bpi.or.id): https://www.bpi.or.id/doc/73283UU_33_Tahun_2009.pdf
- Lois, D., & Candraningrum, D. A. (2021). Personal Branding Content Creator di Media Sosial Instagram. *Jurnal KONEKSI*, 329-337.
- Nicholson , L., Merchant, C., & Cameron, K. (2016). *The Ultimate Guide To Content Marketing & Digital PR*. Createspace Independent Pub.

- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia. (2014, March 11). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2014 Tentang Lembaga Sensor Film RI*. Dipetik November 21, 2021, dari bpk.go.id: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/5455>
- Putra, E. C., & Muhammad, B. S. (2011). Analisis Psikografi Penonton Film Indonesia di Surabaya. *INSAN Media Psikologi*, 193-202.
- Ruslan, R. (2014). *Manajemen public relations dan media komunikasi : konsepsi dan aplikasi, edisi revisi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sari, F., & Dewi, H. K. (2018, March 22). *Peminat naik, pangsa pasar film nasional bisa capai 37% tahun ini*. Dipetik November 10, 2021, dari kontan.co.id: <https://industri.kontan.co.id/news/peminat-naik-pangsa-pasar-film-nasional-bisa-capai-37-tahun-ini>
- Watson, T., & Noble, P. (2014). *Evaluating Public Relations, A Guide to Planning, Research and Measurement*. London: Kogan Page.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA