



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

REFERENSI BUKU

- A, Shimp, Terence (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid I (edisi 5), Jakarta Erlangga
- Alma, Buchari. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Ardianto, Elvinaro dan Soemirat, Soleh. 2004. *Dasar-Dasar Public Relations. Cetakan Ketiga*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- B, Matthew dan Huberman. 2007. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Metode-metode Baru*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Butterick Keith. 2012. *Pengantar Public Relations*. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Cutlip, Center dkk. 2006. *Effective Public Relation, Edisi Kesembilan*. Jakarta: Kencana.
- Duncan, Tom. 2005. *The Principle of Advertising and IMC*. New York : McGraw Hill
- Gillham, Bill. 2000. *Case Study Research Methods*. London: Continuum.
- Goleman, D. 2001. *Working With Emotional Intelligence: Kecerdasan Emosi untuk Mencapai Puncak Prestasi*. Jakarta. PT Garamedia.
- Grant, Robert M. 2007. *Analisis Strategi Kontemporer*. Jakarta: Erlangga.
- Gregory, Anne. 2008. *Planning and Managing Public Relations Campaigns*. USA: Kogan
- Juwito. 2008. *Public Relations*. Yogyakarta : Komunikasi UPN Press.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2004). *Principles of Marketing*, 10th Edition. Pearson Education Inc. Upper Saddle River, New Jersey
- Levine, Michael. 2003. *A Branded World*. USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Moleong, J. Lexy. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Neuman, W.L. 2003. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches, Edisi ke-5*. USA: A and B
- Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public Relations*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.

Prayudi, SIP. 2012. *Public Relations Stratejik*. Yogyakarta : Komunikasi UPN Press

Pudjiastuti, Wahyuni. 2010. *Special Events*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Rangkuti, Freddy. 2009. *The Power Of Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Ruslan, Rosady. 2005. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. (Penerbit: PT RajaGrafindo Persada)

Solso, R. L. 2008. *Psikologi Kognitif* (terjemahan).Jakarta. Erlangga.

Wardhani, Diah. 2008. *Media Relations : Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Yudarwati, Arum.2011. *Public Relations dan CSR*. Yogyakarta : Aspikom

REFERENSI ONLINE

<http://e-report.alkes.kemkes.go.id> (diakses pada tanggal 5 Oktober 2014, pkl 10.30)

<http://www.beritasatu.com>, (diakses pada tanggal 20 Januari 2015, pukul 16.15)

<http://www.bit.lipi.go.id> (diakses pada tanggal 19 November 2014, pukul 20.00)

<https://www.bkkbn.go.id> (diakses pada tanggal 5 Oktober 2014, pukul 11.00).

<http://www.buk.kemkes.go.id>(diakses pada tanggal 5 Oktober 2014, pukul 12.00)

<http://www.info-kes.com/>(diakses pada tanggal 12 Januari 2015 pada pukul 20.15)

<http://www.neraca.co.id> (diakses pada tanggal 12 Januari 2015, pukul 19.53)

<http://www.tanyadok.com> (Diakses pada tanggal 20 Januari 2015, pukul 16.08)

<http://www.tempo.co>(diakses pada tanggal 20 November 2014, pukul 07.50 WIB)

<http://www.viva.co.id>, (diakses pada tanggal 18 Januari 2015, pukul 01.15)

<http://www.who.int> (diakses pada tanggal 5 Oktober 2014, pukul 09.30 WIB)