

DAFTAR PUSTAKA

- Astri, H. (2012). Pemanfaatan corporate social responsibility (CSR) bagi peningkatan kualitas hidup manusia Indonesia. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 3(2), 151–165.
- Astuti, H., & Sumartono. (2018). Penggunaan poster sebagai media komunikasi kesehatan. *Jurnal Komunikologi*.
- Cangara, Hafied. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo
- Creswell J. W. (2016). *Research design pendekatan kualitatif, kuantitatif dan campuran*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Cutlip, S, Dkk. (2009). Edisi 9. *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- Denzin dan Lincoln, 1998. *Metode Penelitian Kualitatif*: Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Febrianti, V., & Oktaviani, F. (2020). Community Relation Dalam Menjaga Citra Positif Radio. *Jurnal Mutakallimin : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2).
<https://doi.org/10.31602/jm.v3i2.3688>
- Gelder, S.V. (2005). *Global brand strategy*. London: Kogan Page.
- Hair, Joseph dkk. 2009. *Essentials of Marketing Research*. McGraw-Hill.
- Harahap, Siti Rahma (2021). Hambatan-Hambatan Komunikasi. *Jurnal Al-Manaj*, Vol.1, No.1 Hal 57-58.
- Harris, T. L. (1998). *Value Added Public Relations -The Secret Weapon of Integrated Marketing*. NTC Business Books.

Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip, dan Keller, K. L. (2007). Manajemen Pemasaran Edisi 12. Jakarta:PT. Indeks

Kusuma, C. S. D. (2016). *Modul Manajemen Event*. 1–51.

<http://staffnew.uny.ac.id/upload/197912032015042001/pendidikan/MODUL>

MANAJEMEN EVENT.Chusnu.pd

Lexy. J.Moleong, (2000) Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Morissan. 2010. Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Murphy, J. (1988), "BRANDING", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 6 No. 4, hal. 4-8.

Novianti, E., Nugraha, R. A., Komalasari, L., Komariah, K., & Rejeki, D. S. (2020).

Pemanfaatan Media Sosial dalam Penyebaran Informasi Program Pemerintah (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran). *AL MUNIR : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 11(1), 48–59.

<https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/article/view/1499/1120>

Nugraha, A. R., Perbawasari, S., & Zubair, F. (2020). Pemanfaatan Pemberitaan Di Media

Televisi Dalam Promosi Potensi Objek Wisata Di Era Konvergensi Media Utilization. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 24(2).

<https://doi.org/10.33299/jpkop.24.2.2146>

Rosady, R. (2008). *Manajemen public relations dan media komunikasi: Konsepsi dan aplikasi*. Rajawali Pers

- Swastha, Basu dan Irawan. 2001. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Suswanto, Priyo dan Sri Dewi Setiawati, 2020. Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia. Bandung: Universitas Pasundan
- Surachman. 2008. Dasar-Dasar Manajemen Merek (Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan). Malang: Bayumedia Publishing.
- Harris, T. L., & Whalen, P. A. (2006). *The Marketer's Guide to Public Relations in the 21st Century*. Texere.

SKRIPSI

- Hikmah, Amy Istiqlala Shophia (2021). Analisa Resepsi Mahasiswa Muslim dan Non-Muslim Terhadap Stereotip Agama Dalam Video Cretivox Di Youtube. Yogyakarta: Universitas Muhamadiyah Yogyakarta
- Putra, H. (2020). *Aktivitas Studio Pagi Dalam Membangun Brand Awareness Event Surfival 2019. Padang: Universitas Andalas.*
- Pramono, A. (2019). *Landasan Konseptual Perencanaan Dan Perancangan Arsitektur Creative Media Center Di Kota. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta*
- Ramadhani, Y. (). *Strategi branding portal online www.tripriau.com dalam membangun brand awareness sebagai portal online pariwisata provinsi Riau. Pekanbaru: Universitas Riau.*