

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU:

- A.M, Morissan. (2010). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*, Penerbit. Kencana. Jakarta.
- Ardianto dan Soemirat. (2004). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ardianto, Elvinaro. (2009). *Public Relations Praktis. Edisi pertama*. Jakarta: Widya Padjajaran.
- Ardianto, Elvinaro & Soemirat, Soleh. (2010). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ardianto, Elvinaro. (2011). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis rekayasa media.
- Arni, Muhammad. (2005). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bernays, Edward L. (2013). *Public Relations*. Oklahoma: University of Oklahoma Press.
- Cangara, Hafied. (1998). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cook, Sarah. (2011). *Customer Care Excellent: How to Create an Effective Customer*.
- Cross, Michael. (2013). *Social Media Security, first Edition: Leveraging Social Networking While Mitigating Risk*.
- Cutlip, Center & Broom. (2006). *Effective Public Relations (Edisi kesembilan)*. Jakarta: Kencana.
- Dedik Kurniawan. (2014). *Pengertian online*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Effendy, Onong Uchjana. (1984). *Ilmu, Teori dan Praktek Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. (2005). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fandy, Tjiptono. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2*. Yogyakarta: Andi.

- Hermawan Kartajaya. (2002). *Hermawan Kartajaya On Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Jefkins, Frank ; Daniel Yadin. (2004). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Julia T. Wood. (2013). *Komunikasi Interpersonal: Interaksi Keseharian*. Jakarta: Salemba Humanika.
- 2013) hlm. 20
- Kotler, Philip dan Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. (2012). *Marketing Management. Edisi 14. Global Edition. Pearson Prentice Hall*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- L. Harris, Thomas. (1991). *The Marketer's Guide to Public Relations*. Amerika: John
- L. Harris, Thomas dan Patricia T. Whalen. (1991). *The Marketer's Guide to Public Relations in The 21<sup>st</sup> Century*. USA: Thomson.
- Morissan. (2010). *PERIKLANAN: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Deddy. (2014). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Cetakan ke 18*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nova, Firsan. (2011). *Crisis Public Relatons Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Onong Uchjana Effendy. (2002), *Hubungan Masyarakat suatu Studi Komunikologis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Silvia Hanani. (2017). *Komunikasi Antarpribadi: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Ruslan, Rosady. (2002). *Kiat dan Strategi Public Relations*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. (2001). *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi "Konsep dan Aplikasi"*. Jakarta: Grafindo Persada.

- Ruslan, Rosady. (2006). *Manajemen Public relations dan Media Komunikasi, Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Stanton, William J. (2013). *Prinsip Pemasaran. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Erlangga.
- Sundawa, Y. A. & Trigartanti, W. (2019). *Fenomena Content Creator Di Era Digital*.
- Sutojo, Siswanto. (2004). *Membangun citra perusahaan*. Jakarta: PT Damar, hlm. 60
- Tripathi, M. N. (2009). *Customer Engagement - Key to Successful Brand Building*. Vilakshan: The XIMB Journal of Management.
- Willems, Hans. (2011). *Transitioning into a Blueeconomy. White Paper Customer Driven Online Engagement*.

LINK:

- Ridhoi, A. R. (2020). *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Capai 196,7 Juta*. Diakses pada 12 September 2021, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1967-juta#:~:text=Hasil%20survei%20Asosiasi%20Penyelenggara%20Jasa,9%25%20dibandingkan%20pada%202018%20lalu>.
- Haryanto, A. T. (2020). *Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia*. Diakses pada 12 September 2021, dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>
- Winarso, B. (2016). *Apa itu SEO, Tujuan dan Jenis-jenis Optimasinya?*. Diakses pada 13 September 2021, dari <https://dailysocial.id/post/apa-itu-seo>
- Riyanto, A. D. (2021). *Hootsuite (We Are Social): Indonesia Digital Report 2021*. Diakses pada 13 September 2021, dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>
- Coach, B. (2020). *Pengertian Content Creator*. Diakses pada 13 September 2021, dari <https://billionairecoach.co.id/pengertian-content-creator/>
- SeputarPengetahuan.co.id. (2018). *21 Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli (Lengkap)*. Diakses pada 17 Oktober 2021, dari <https://www.seputarpengetahuan.co.id/2018/03/pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli.html>

- Rahma, E. (2019). *Content Creator: Dari Hobi Jadi Karir*. Diakses pada 17 Oktober 2021, dari <https://www.marketeers.com/content-creator-dari-hobi-jadi-karir/>
- Benefita. (2021). *Apa itu SEO? Pengertian, Manfaat, Sampai Cara Kerjanya (Terbaru)*. Diakses pada 18 Oktober 2021, dari <https://www.niagahoster.co.id/blog/apa-itu-seo/>
- Akudigital.com. (2015). *Apa itu SEO? Pengertian, Manfaat, dan Cara Kerjanya*. Diakses pada 18 Oktober 2021, dari <https://www.akudigital.com/bisnis-tips/apa-itu-seo/>
- Lestari, A.M. (2017). *Generasi Media Sosial, Handphone, dan Tertawa Sendiri*. Diakses pada 3 Februari 2022, dari <https://geotimes.id/opini/generasi-media-sosial-handphone-dan-tertawa-sendiri/>
- Ardian, G. (2018). *5 Jenis Konten Media Sosial untuk Menunjang Pemasaran Bisnismu*. Diakses pada 9 Februari 2022, dari <https://nolimit.id/blog/2018/05/17/5-jenis-konten-media-sosial-untuk-menunjang-pemasaran-bisnismu/>
- Pradipta M. Panji. (2021). *Pentingnya Editorial Plan dalam Pemasaran Konten*. Diakses pada 9 Februari 2022, dari <https://contendr.co.id/blog/pentingnya-editorial-plan-dalam-pemasaran-konten>
- Ibnu. (2021). *Hashtag Adalah: Pengertian, Manfaat dan Strategi Tepat dalam Menggunakannya*. Diakses pada 9 Februari 2022, dari <https://accurate.id/marketing-manajemen/hashtag-adalah/>
- Herdianto, D. (2020). *Caption IG Beserta Fungsi dan Contohnya untuk Kamu Ketahui*. Diakses pada 9 Februari 2022, dari <https://qazwa.id/blog/caption-ig/>