

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. (2013). *Hanbook of Public Relations: Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Assaad, W., & Gómez, J. M. (2011). *Social Network in marketing (Social Media Marketing) Opportunities and Risks*. International Journal of Managing Public Sector Information and Communication Technologies (IJMRICT), Vol. 2, No. 1, September 2011, pp. 13-22.
- Bekoglu, F. B. (2016). *Strategic Approach in Social Media Marketing and a Study on Successful Facebook Cases*. European Scientific Journal March 2016 edition, Vol.12, No.7, pp.261-274.
- Bungin, B. (2008). *Sosiologi Komunikasi: teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat* (cetakan ketiga). Bandung: Kencana Prenada Media Group.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2007). *Effective Public Relations: Edisi Kesembilan* (terj. Tri Wibowo, cetakan kedua). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Farida. (2015). *Pemanfaatan Kecanggihan Teknologi Berbasis Digital (Memudahkan Komunikasi Manusia)*. AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 3, No. 2, Desember 2015, pp.359-382.
- Flew, T. (2002). *New Media: An Introduction*. New York: Oxford University Press.
- Frick, T. (2010). *Return on Engagement: Content, Strategy, and Design Techniques for Digital Marketing*. Oxford: Elsevier Inc.
- Gunelius, S. (2011). *30-minute Sosial Media Marketing*. New York: McGraw-Hill Companies.
- Iriantara, Y. (2011). *Media Relations: Konsep, Pendekatan, Dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kabani, S. H. (2012). *The Zen of Social Media Marketing: An Easier Way to Build Credibility, Generate Buzz, and Increase Revenue* (New Edition). Dallas, Texas: Benbella Books Inc.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Journal "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media"*. Business Horizons, Vol. 53, No.1, pp. 59-68.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran: Jilid 2* (Edisi 13, terj. Bob Sabran). Jakarta: Erlangga.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. Thousand Oaks, California: SAGE Publications Inc.
- Moore, H. F. (2004). *Humas: Membangun Citra dengan Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ramadhan, B. (2020). *Data Internet di Indonesia dan Perilakunya Tahun 2020: Indonesia Berulang Kali Memuncaki Peringkat Dunia*. Retrieved from <https://teknoia.com/data-internet-di-indonesia-dan-perilakunya-880c7bc7cd19>.
- Ruliana, V. (2009). Fungsi Marketing Public Relations. *Pengaruh Keterlibatan Pelanggan Dalam Komunitas Merek Terhadap Loyalitas Merek*, 11.
- Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Soemanagara, R. (2006). *Strategi Marketing Communication: Konsep Strategis dan Terapan*. Bandung: Alfabeta.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2004). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sucahya, M. (2013). *Teknologi Komunikasi dan Media*. *Jurnal Komunikasi*, Vol. 2, No. 1, Jan-April 2013, pp. 6-21.
- Sulaksana, U. (2003). *Integrated Marketing Communications: Teks dan Kasus*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Urban, G. L. (2004). *Digital Marketing Strategy: Text and Cases*. New Jersey: Pearson Education.
- Vinerean, S., Cetina, I., Dumitrescu, L., & Tichindelean, M. (2013). *The Effects of Social Media Marketing on Online Consumer Behavior*. *International Journal of Business and Management*; Vol. 8, No. 14; 2013, pp. 66-79.
- Watie, E. D. S. (2011). *Komunikasi dan Media Sosial*. *Jurnal The Messenger*, Vol.III, No.1, Edisi Juli: 69-75.
- Zimmerman, J., & Sahlin, D. (2010). *Social Media Marketing All-in-One for Dummies*. Indianapolis: Wiley Publishing, Inc.

Ruliana, V. (2009). Fungsi Marketing Public Relations. *Pengaruh Keterlibatan Pelanggan Dalam Komunitas Merek Terhadap Loyalitas Merek*, 11.

