

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Abidin, Y. Z. (2015). *Manajemen komunikasi: Filosofi, Konsep dan Aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Arifin, A. (2008). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: Rajawali Pers.
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Chaplin, J. P. (2009). *Kamus lengkap psikologi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Effendy, O. U. (2005). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U., & Surjaman, T. (2006). *Hubungan Masyarakat; Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- kartajaya, H. (2004). *Hermawan kartajaya on brand*. Bandung: Bandung Mizan.
- Kotler, P., & Lane Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lamb., C. W. (2001). *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurhadi, Z. F. (2015). *Teori Komunikasi Dalam Perspektif Kualitatif*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurhadi, Z. F., & Suseno, N. S. (2021). *Riset Kualitatif*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Rakhmat, J., & Ibrahim, I. S. (2017). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ruslan, R. (2014). *Manajemen public relations & media komunikasi : konsepsi dan aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Schultz, D., & Barnes, B. (1999). *Strategic Brand Communication Campaigns*. Michigan: NTC Business Books.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sumitra, S., & Ardinto, E. (2008). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

## **Jurnal :**

- Afkarina, N. I. (2018). Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Public Opinion Lembaga Pendidikan. *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 2(1), 50–63. <https://doi.org/10.24252/idaarah.v2i1.5124>
- Agus R, A. H., & Ummah, B. (2019). Strategi Image Branding Universitas Nurul Jadid di Era Revolusi Industri 4.0. *Tarbiyatuna: Jurnal Pendidikan Islam*, 12(1), 59. <https://doi.org/10.36835/tarbiyatuna.v12i1.352>
- Amalia, V. (2020). Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Public Trust Di Perguruan Tinggi (Studi Kasus di Universitas Nurul Jadid, Paiton, Probolinggo). *AL-TANZIM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(1), 13–23. <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v4i1.812>
- Febriani, M., Hasrullah, & Tuti Bahfiarti. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi Pt Garuda Indonesia (Persero) Tbk Makassar Dalam Mempertahankan Brand Image. *KAREBA : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 30–38. <http://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/5248/2830>
- Gazizova, L. G., Dnyasheva, L. G., & Burgos, J. J. O. (2020). Communicative Strategy of Attracting Attention in Advertising Discourse in Russian and Spanish Languages. *Journal of Research in Applied Linguistics*, 11(SpecialIssue), 56–63. <https://doi.org/10.22055/rals.2020.16277>
- Mahfuzhah, H., & Anshari, A. (2018). Media Publikasi Humas Dalam Pendidikan. *Al-Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(2), 137–149. <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v2i2.395>
- Pohoretska, I., & Oborenko, Z. (2020). *Marketing communication strategy of insurance companies and ways to improve it*. 121–122.
- Sari, S., & Indria, I. (2022). Strategi Komunikasi Merek Melalui Pemasaran Berbasis Empati bagi Pelaku UMKM pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Bengkulu. *DIKSI: Jurnal Kajian Pendidikan Dan Sosial*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.53299/diksi.v3i1.123>
- Sulistyowati, F. (2021). Strategi Komunikasi Pemerintah Indonesia dalam Penanganan COVID-19 pada Majalah TEMPO Edisi Maret-Juli 2020. *Jurnal Riset Komunikasi*, 4(2), 198–214. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v4i2.326>
- Wibowo, P. S. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Sharp Indonesia di Era Pandemi Covid-19 dan Kenormalan Baru. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1), 38–56. <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i1.3003>

- Meilisa, Fini F., & Muhammad Firdaus. (2018). Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga, dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir dalam Menarik Minat Pengunjung Objek Wisata Pantai Solop. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*, vol. 5, no. 1, Apr. 2018, pp. 1-15.
- Moch Abdi, SE, MM. Hariyadi, M,Kom. (2017). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat. *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah : Menara ILMU*, vol. 11, no. 77 (2017). <https://doi.org/10.33559/mi.v11i77.362>
- Anita, Ria D., and Fitri Marisa (2017). Rancangan Video Media Promosi Berbasis Motion Graphic 2d untuk Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Universitas Widyagama Malang. *Journal of Information Technology and Computer Science*, vol. 2, no. 1, 2017, doi:10.31328/jointecs.v2i1.417.
- Afriansyah, Riki. (2021). Pembuatan Portal Website Sekolah SMA Negeri 1 Sungailiat Sebagai Media Informasi. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1). <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i1.4413>

#### **Sumber-sumber Internet :**

- Fakultas Komunikasi dan Informasi. (n.d.). *Fakultas Komunikasi dan Informasi UNIGA*. Retrieved from Fakultas Komunikasi dan Informasi UNIGA Web site: <https://fkoinfo.uniga.ac.id/>
- Romadhon, H. C. (2020, June 22). *Dinas Sosial Daerah Istimewa Jogjakarta*. Retrieved from Dinas Sosial Daerah Istimewa Jogjakarta: <http://dinsos.jogjaprovo.go.id/>