

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Cangara, H. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rajawali press: Depok.
- David, F. (2006). *Strategic Management*. Jakarta: Salemba Empat.
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding Kunci Kesuksesan Anda Berkiprah di Dunia Politik*. Jakarta: Gramedia.
- H.Cherryholmes, C. (2008). Notes on pragmatisme and scientific realism. *educational researcher*, 13-17.
- E. Kusumadmo, P. (2013). *Manajemen Strategik-Pengetahuan*. Jakarta: Cahaya Atma Pustaka.
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi serba ada serba makna*. Jakarta: Kencana Pranada Media Grup.
- Moleong, I. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: remaja rosdakarya.
- Morrisan. (2013). *Teori komunikasi individu hingga massa*. Jakarta: kencana prenada media group.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, d. (2020). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurhadi, Z. F., & Suseno, N. S. (2021). *Riset Kualitatif*. Depok: PT. raja Grafindo ppersada.
- E. Kusumadmo, P. (2013). *Manajemen Strategik-Pengetahuan*. Jakarta: Cahaya Atma Pustaka.

Soemirat, S., & Ardianto, E. (2012). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2018). *MErode penelitian kualitatif*. Bandung: alfabeta.

Suryana. (2010). *metodologi penelitiankualitatiif dan kuantitatif*. jakarta: -.

Tamimy, M. f. (2017). *Sharing-mu Prsonal Branding-mu*. jakarta: Visimedia.

### **Jurnal :**

Arifin, B. (2018). Strategi Komunikasi Dakwah Da'i Hidayatullah dalam Membina Masyarakat Pedesaan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2, No 2, 159-178. doi:<https://doi.org/10.15575/cjik.v2i2.4940>

Caliptra. (2013). Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya. *Caliptra*, Vol.2 No.2.

Goyette, i. e. (2010). e-WOM scale : word of mouthmeasuerement scale for e-services context. *canadian journal of administrative sciences*, 5-23.

Fitri, D., & Syahriar, M. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, Vol 3 No 1, 18-32. doi:<https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>

Haidar, R. (2019). TRATEGI BRANDING SALVADORE DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS MELALUI INSTAGRAM. *elibrary.unikom.ac.id*, 1-2.

Lusyiana, I. (2020). Strategi komunikasi pemasaran kitty hijab di meda sosial instagram. *dapur skripsi*, 3.

M.Nastain. (2020). strategi Branding kampung arab and resto melaluimedia sosial instagram dalam membangun brand image. *eprints.mercubuana-yogya*, 1.

- Rachman, R., & Wahyu, T. (2017). Komunikasi Word Of Mouth Dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Aspikom, Vol 3 No 2*, 285-295. Retrieved from <http://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/136>
- Rahmawati, & Gazali, M. (2018). Pola Komunikasi Dalam Keluarga. *Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi dan Bimbingan Islam, Vol 11 No 2*, 163-179. doi:<http://dx.doi.org/10.31332/am.v11i2.1125>
- Rezky, R. (2018). Proses Implementasi Word Of Mouth Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran La Perla Plaza Senayan. *Jurnal Pustaka Komunikasi, Vol 1 No 1*, 155-166. doi:<https://doi.org/10.32509/pustakom.v1i1.551>
- Riofita, H., & Harsono, M. (2019). Komunikasi Words Of Mouth Dalam Bidang Pemasaran. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan, Vol 2 No 2*, 273-284. doi:<http://dx.doi.org/10.24014/ekl.v2i2.8451>
- Rohman, D. A. (2019). Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial. *Jurnal Diklat Keagamaan, 13 No. 2*, 121-132. doi:<https://doi.org/10.38075/tp.v13i2>
- Ruliana, P., & Dwiantari, R. (2015). Strategi Public Relations Hotel Dalam Membentuk Citra Objek Wisata. *Jurnal Aspikom, Vol 2 No 4*, 255-271. doi:<http://dx.doi.org/10.24329/aspikom.v2i4.76>
- Santoso, Y., & Rezky, R. (2018). Strategi Marketing Public Relations Dalam Rebranding HSBC Indonesia Untuk Membentuk Brand Awernes. *Jurnal Pustaka Komunikasi, Vol 1 No 1*, 1-13. doi:<https://doi.org/10.32509/pustakom.v1i1.512>
- Sumiyati, & Komalawati, E. (2018, Desember). Strategi Public Relations Dalam Rebranding Bekasi Square. *Jurnal Lugas, Vol 3 No 2*, 110-118. doi:<https://doi.org/10.31334/lugas.v3i2.711>
- Syahreza, F., & Tanjung, S. (2018). Motif Dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram Dikalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Mahasiswa

Program Unimed. *Jurnal Interaksi*, Vol 2 No 1, 61-84.  
doi:<http://dx.doi.org/10.30596%2Finteraksi.v2i1.1788>

Yosephine, M., & Diniati, A. (2021). Strategi public relations Sinar Mas Land. *Jurnal Profesi Humas*, Vol 5 No 2, 208-226.  
doi:<https://doi.org/10.24198/prh.v5i2.26220>

### **Internet :**

Dreambox. (2022). Peran Public relation dalam meningkatkan brand image. *dream box*, 4.

Dwi, Y. (2019). The Seven Communication Series: Content. *publicspeaking.sv.ugm.ac.id*, 1.

H.Cherryholmes, C. (2008). Notes on pragmatisme and scientific realism. *educational researcher*, 13-17.

Haidar, R. (2019). TRATEGI BRANDING SALVADORE DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS MELALUI INSTAGRAM. *elibrary.unikom.ac.id*, 1-2.

Riyanto, A. D. (2022, juni 3). *perkembangan teknologi di Indonesia*. Retrieved januari 3, 2022, from limers.com: [https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/?\\_ga=2.45390564.1554988820.1651244146-616813256.1651244146&\\_gl=1\\*grrh3z\\*\\_ga\\*NjE2ODEzMjU2LjE2NTEyNDQxNDY.\\*\\_ga\\_H5S4BEE81V\\*MTY1MTI0NDE0NS4xLjAuMTY1MTI0NDE0NS4w](https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/?_ga=2.45390564.1554988820.1651244146-616813256.1651244146&_gl=1*grrh3z*_ga*NjE2ODEzMjU2LjE2NTEyNDQxNDY.*_ga_H5S4BEE81V*MTY1MTI0NDE0NS4xLjAuMTY1MTI0NDE0NS4w)

Rizarty, M. A. (2022, januari 1). *Rizarty Monavia ayu corporation*. Retrieved januari 1, 2022, from Rizarty Monavia ayu corporation web site: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/10/pengguna-instagram-di-indonesia-bertambah-39-juta-pada-kuartal-iv-2021>

Store, E., & MsGlow. (2022, januari 4). @Erogostore @msglow. Retrieved januari 2022, 2022, from Instagram: <https://instagram.com/erigostore?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

umam. (2022, februari 4). *gamedia.com*. Retrieved februari 4, 2022, from blog gamedia digital: [https://www.gamedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/amp/#E\\_Jenis\\_Media\\_Sosial](https://www.gamedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/amp/#E_Jenis_Media_Sosial)