

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. M. (2021). *Strategi Komunikasi dalam Peningkatan Eksistensi Komunitas Youtuber Batam*. Prodi Ilmu Komunikasi.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*.
- Bernays, E. L. (2015). *Crystallizing public opinion*. Open Road Media.
- Creswell, J. W. (2015). *Research design: pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran*. Pustaka Pelajar.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2011). *Effective public relations*. Kencana.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditya Bakti.
- Eriyanto. (2012). *Analisis wacana: pengantar analisis teks media*. Lkis Pelangi Aksara.
- Gregory, A. (2004). *Public relations in practice*. Kogan Page Publishers.
- Hadiwijono, H. (2005). *Sari sejarah filsafat Barat 2*. Kanisius.
- Harris, T. L., & Whalen, P. T. (2006). *The marketer's guide to public relations in the 21st century*. Ohio : Thomson Higher Education.
- Hartono, S. R. (2000). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Mandar Maju.
- Hayuningrat, P. S. (2010). Media Literacy Khalayak Dewasa Dini Pada Tayangan Reality Show Di Televisi (Studi Kasus Pada Khalayak Reality Show Orang Ketiga). *Universitas Indonesia*.
- Huberman, M., & Miles, M. B. (2010). *The qualitative researcher's companion*. sage.
- Knowlton, S. W., & Berger, C. R. (1997). Message planning, communication failure, and cognitive load: Further explorations of the hierarchy principle. *Human Communication Research*, 24(1), 4–30.
- Koentjaraningrat. (2022). Metode-metode Wawancara. *Antropologi Indonesia*, 18–66.
- Lubis, R. R. N. (2013). *Pengaruh Longevity Endorser Dan Product Involvement Terhadap Kredibilitas Endorser*. UNIVERSITAS AIRLANGGA.
- Minauli, I. (2006). *Metode observasi*. USU Perss.

- Morissan, M. (2015). *Teori komunikasi individu hingga massa*. Pranada Media Group.
- Nisberg, J., Manson, S., & Shamis, G. (2013). *Stratagem: Simple, Effective Strategic Planning for Your Business and Your Life*. Smart Business Network.
- Novianti, N. (2010). *Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Eksistensi Corporate Image Melalui Opini Publik (Studi Kasus Pt Indocement Tunggul Prakarsa Tbk.)*.
- Nugraha, I., Sagala, S. H., & Siskandar, R. (2020). Pembuatan Motion Graphics SOP Produksi Berita sebagai Media Promosi di PT Bintang Advis Multimedia. *Jurnal Sains Indonesia*, 1(3), 152–161.
- Pace, R. W., Peterson, B. D., & Burnett, M. (1979). *Techniques for effective communication*. Addison Wesley Publishing Company.
- Pasaribu, M., & Siregar, H. (2019). Strategi Komunikasi PT Ertri Indonesian Dalam Menjaga Eksistensi Sebagai Digital Agency. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 2(1), 41–53.
- Poerwandari, E. K. (2007). *Pendekatan kualitatif untuk penelitian perilaku manusia*. LPSP3 Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Riduwan, R. (2004). *Metode Riset*. Rineka Cipta.
- Rochmawan, L. T. (2008). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Anindya.
- Rosady, R. (2008). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Grafindo Persada.
- Sjafirah, N. A., & Prasanti, D. (2016). Penggunaan Media Komunikasi Dalam Eksistensi Budaya Lokal Bagi Komunitas Tanah Aksara (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Penggunaan Media Komunikasi Dalam Eksistensi Budaya Lokal Bagi Komunitas Tanah Aksara di Bandung). *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 6(2), 30–39.
- Sudjana, N. (2011). *Metode Statistika*. Tarsito.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cetakan 8*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sukmadinata, S. N. (2009). *Metode peneltia*. Remaja Rosdakarya.
- Suryanto, S. M. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pustaka Setia.
- Whitney, F. L. (1960). *The Elements of Research*. Asian Eds Osaka.

Yin, R. K. (2008). *Studi kasus: Desain & metode*.

Yin, R. K., & Davis, D. (2007). Adding new dimensions to case study evaluations: The case of evaluating comprehensive reforms. *New Directions for Evaluation*, 2007(113), 75–93.

Yulianita, N. (2007). *Dasar-dasar public relations*. Pusat Penerbitan Universitas Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Islam.