

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- A.Ius.Y, Triartanto. 2010. Broadcasting Radio : Panduan Teori dan Praktek. Pustaka Book. Yogyakarta.
- A.B. Susanto dan Hilmawan Wijanarko. 2004. Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya, jakarta, penerbit: Mizan Publika Jakarta
- Ahmad, Syarwani & Harapan, Edi. 2014. Komunikasi antarpribadi. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Alo, Liliweri. 2011. Komunikasi Antar Personal. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Bungin Burhan. (2010). Metodologi Penelitian Kualitatif. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Bungin, Burhan. (2003). Analisis Data Penelitian Kualitatif “Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi”. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Bungin, Burhan. (2015). Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta : Rajawali Pers.
- Cutlip and Center.(2006). *Effective Public Relations*. Jakarta : Prenada Media Group
- David J Hunger. (2001). *Manajemen Strategi*. Yogyakarta : Andi. Cet ke-1, h. 247
- Depdikbud, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), hal. 250
- Effendi Gazali, Penyiaran Alternatif Tapi Mutlak, (Jakarta: Ilmu Komunikasi FISIP UI, 2002), hlm. 24.
- Fajar, Marhaeni.2009. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Gassing, Syarifuddin , Suryanto. (2016). *Public Relations*. Yogyakarta: Andi Offset
- Hermawan. Kartajaya. (2010). *Perjalanan Pemikiran Konsep Pemasaran Hermawan Kartajaya*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama
- Iriantara, Yosol dan Syarifudin Usep. 2018. Komunikasi Pendidikan,cet.2, Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- John Fiske, Pengantar Ilmu Komunikasi, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2005), hlm. 9
- Jefkins, Frank. (2004). *Public Relations* ; Erlangga, Jakarta
- Jefkins, Frank. (2014). *Public Relations Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga

- Kapferer, Jean-Noel. (2008). *New Strategic Brand Management: Creating And Sustaining Brand Equity Long Term 4th Edition*. London and Philadelphia: Kogan Page Limited.
- Kotler & Keller. (2006). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12 jilid 1*, Terjemahan (Molan Benyamin). Indonesia: PT. Indeks.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Prenadamedia Group
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Muhammad Mufid, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm 38.
- Masduki. 2001, hal 9. *Jurnalistik radio: menata profesionalisme reporter dan penyiar*. Yogyakarta: LkiS Yogyakarta.
- Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, (Yogyakarta: Pustaka Populer LKis, 2004), hlm. 15
- Moleong, Lexy, J. (2007). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakaya
- Morissan, A , M.(2008). *Menejemen Media Penyiaran*. Jakarta: Prenada Media Group
- Mukhtar. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta Selatan: Referensi (GP Press Group)
- Naim, N, (2016). *Dasar-dasar Komunikasi Pendidikan*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Nurudin. 2017. *Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nofrion. (2016). *Komunikasi Pendidikan Kencana*. Jakarta
- Olins, w. (1989). *Corporate Identity*. Toledo Espana: Artes Graficos Toledo S.A.U
- Oliver, Sandra. (2006). *Strategi Public Relations*. Jakarta. Erlangga
- Onong Uchjana Effendy, *Radio Siaran dan Praktek*, (Bandung: Alumni, 1990), hlm.15
- Peter Salim dan Yeni Salim, (2005) *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Modern English Press, hal, 1187.
- Rangkuti, Freddy.2002. *The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan*

- Strategi Pengembangan Merek plus Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,
- Riel, Cees B.M. van, 1995, *Principles of Corporate Communication*, Prentice Hall Campus 400, Mayland Avenue
- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations&Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Swasty, W. 2016. *Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy.2015. *Strategi Pemasaran, Edisi 4*, Andi Offset, Yogyakarta.

Sumber Jurnal :

- Anggraini, Citra. *Peranan Public Relations Dalam Mempertahankan Eksistensi Ramayana*. Jurnal Prologia.Vol. 3 No. 2, 2019, h. 408-415
- Beatrice, C, H. 2014. *Pengaruh Brand Identitiy terhadap timbulnya brand preference dan repurchase intention pada merek Toyota*.Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. Vol.2, No.1, h. 1-11
- Rondonuwu, S.A. 2018. *Peran Public Relations Terhadap Meningkatkan Citra Perusahaan PT. TRAKINDO MANADO*. Jurnal Administrasi Publik. Vol.3, No 42
- Sivia, Rizki Ilhami. 2019. *Implementasi Pembentukan Brand Identity Dalam Pengembangan Kota Baru*. Universitas Negeri Surabaya. Jurnal Commercium.Vol.2,No.1
- Apriliana, V., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Waroeng Spesial Sambal cabang Banyumanik). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 571–581. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28829>
- Arianty, N. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Lazada Terhadap Keputusan Pembelian Online. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4, 897. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i10.p07>
- Damayanti, I. R., Saputra, D. I., & ... (2021). Pengaruh Citra Program Lpp Rri Sungailiat Terhadap Minat Dengar (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Sungailiat Kabupaten *Jurnal Komunikasi Dan ...*, 1(1), 12–22. <http://jurnal.undira.ac.id/index.php/jknm/article/view/62>
- Dharmawan, C., & Wardhana, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand trust terhadap keputusan pembelian zanana chips the effect of brand image and

- brand trust on the purchase decision of zanana chips. *E-Proceeding of Management*, 8(6), 8568–8584.
- Efendy, A., & Siagian, D. (2020). Pengaruh brand identity terhadap brand loyalty melalui brand image dan brand trust: studi empirik pada produk honda motor di jakarta. *Eprints.Kwikkiangie.Ac.Id*, 1(21), 1–17.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Fairus. (2020). Analisis Pengendalian Internal Atas Sistem Dan Prosedur Penggajian Dalam Usaha Mendukung Efisiensi Biaya Tenaga Kerja Pada Pt Pancaran Samudera Transport, Jakarta Skripsi Fairus 11160000085 Program Studi Strata 1 Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indo. *Stei.Ac.Id*.
- Firmansyah, M. A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 336.
- Fitriani, N. A. (2022). Pengaruh Komunikasi Organisasi terhadap Turn Over Intention Karyawan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 3(1), 13.
- Guzman, K. C., & Oktarina, N. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI EKSTERNAL UNTUK MENUNJANG CITRA LEMBAGA. *Economic Education Analysis Journal*, 7(1), xxvii–xxviii. <https://doi.org/10.2307/j.ctvckq9v8.7>
- Habibie, D. K. (2018). Dwi Fungsi Media Massa. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 79. <https://doi.org/10.14710/interaksi.7.2.79-86>
- Hadi, I. P. dkk. (2021). *Buku ajar Komunikasi Massa*. [https://repo-dosen.ulm.ac.id/bitstream/handle/123456789/17579/Buku Ajar Komunikasi Bisnis \(ABKA 3208- 2 SKS\).pdf?sequence=1](https://repo-dosen.ulm.ac.id/bitstream/handle/123456789/17579/Buku%20Ajar%20Komunikasi%20Bisnis%20(ABKA%203208-2%20SKS).pdf?sequence=1)
- Handayani, D. A. (2022). Proses Produksi Islamic Radio Rokan Hulu 98 , 5 Fm Dalam Meningkatkan Mutu Program Siaran. *Skripsi*, 5060.
- Handoyo, C. T. (2021). PENGELOLAAN IDENTITAS MEREK “ HEALTHY DRINK” KOKUMI DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM Clarissa Theofila Handoyo 1 Deavvy M. R. Y Johassan. <Http://Eprints.Kwikkiangie.Ac.Id/>, 1–15.
- Haryoko, S. (2020). *Analisis Data Penelitian Quasi-Eksperimen*. Universitas Negeri Makasar.
- Irwan, J. P. S. (2022). Peranan Komunikasi Massa Dalam Penyampaian Informasi Pada Masyarakat Kampung Adoki Distrik Yendidori Kabupaten Biak Numfor the Role of Mass Communication in Delivering Information To the Community of Adoki Village, Yendidori District, Biak Numfor Regency. *Komunikasi, Politik & Sosiologi*, 4(1), 50–55.
- Irwanto. (2021). yang bekerja pada daya sebesar 5 Kilo Watt. Adapun bagian-bagian dari NAUTEL NV5. *Journal.Iainkudus.Ac.Id*, 1(12), 2713–2726.
- Kurniawan, D., Rahayu, A., Dirgantiri, P. D., & ... (2022). Influence of Brand

- Image and Brand Trust on Purchase Decision. ... *International Journal of ...*, 4(1), 21–25.
<https://www.dinastipub.org/DIJDBM/article/view/1593%0Ahttps://www.dinastipub.org/DIJDBM/article/download/1593/1087>
- Kusumawati, T. I. (2019). Komunikasi Verbal Dan Nonverbal. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 6(2).
- Lodri, G. G., Goenawan, F., Tjahyana, L. J., & Komunikasi, P. I. (2022). Analisis Isi Brand Identity Pada Instagram The St . Regis Bali Resort. *Jurnal E-Komunikasi*, 10(2), 1–11.
- Marvelyn, C. (2020). Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Image dan Brand Trust. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(4), 923–937.
- Miawaty, F. (2021). (Studi Kasus : UMKM Kuliner Di Wilayah Rawamangun)
 UMKM SEKTOR KULINER (Studi Kasus : UMKM Kuliner Di Wilayah Rawamangun). *Repository.Stei.Ac.Id*, 1–6.
- Osak, D. J., & Pasharibu, Y. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Mediasi Brand Awareness. *E- Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana 9.4 (2020):357-380, 9.4, 357–380.*
- Puspianto, A. (2022). PELUANG DAN TANTANGAN MEDIA MASSA DI ERA CYBER (Perspektif Hypodermic Needle Theory dan Uses And Gratification Theory). *An-Nida' : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 10(2), 22–45.
- Puspitasari, D. R. (2019). Strategi Branding Dalam Membangun Brand Sogan Batik Rejodani Di Eblie Stock Indonesia Yogyakarta. *Dspace.Uii.Ac.Id*, 16211036.
- Putri, N. C., & Aji, G. G. (2021). *Strategi Bisnis Radio Bersegmentasi Religi (Studi Kasus Pada Radio Suara Muslim)*. 04, 240–250.
- Putri, S. I., & Rahardjo, T. (2020). Strategi Trax FM Semarang dalam Memperthankan Brand Engagement Di kalangan Pendengarnya. *Ejournal3.Undip.Ac.Is*.
- Rachman, T. (2018). PENGARUH PENGETAHUAN, PERSEPSI DAN MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH PADA AJB BUMIPUTERA SYARIAH CABANG LEMABANG PALEMBANG. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.
- Rahayu, R., Rosita, R., Rahayuningsih, yayu S., Hernawan, A. H., & Prihantini. (2022). Implementasi Kurikulum Merdeka Di Sekolah Penggerak. *Pahlawan: Jurnal Pendidikan-Sosial-Budaya*, 18(2), 18–22.
<https://doi.org/10.57216/pah.v18i2.480>
- Rompas, F. C. M., Kawung, E. J. R., & Goni, S. Y. V. I. (2020). Tingkat Kesadaran ASN terhadap Peran Gender di Sekretariat Wilayah Kota

- Manado. *Jurnal Holistik*, 13(2), 1–20.
- Rustiana, D. dan S. R. (2022). Jurnal Ilmu Kompuer, Ekonomi dan Manajemen. *Ummaspul.e-Journal.Id*, 2(2), 2922–2928.
- Sanjaya, A., & Triadini, I. (2019). Strategi Pemenangan dan Komunikasi Politik Hendrar Prihadi Berbasis Twitter. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 3(2), 82–91. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/>
- Sariswara, V. (2022). Strategi Rebranding Melalui Marketing Public Relation Pada Radio Musik Gen 98, 7 Fm. *Media Bahasa, Sastra, Dan Budaya Wahana*, 28, 701–710.
<http://journal.unpak.ac.id/index.php/wahana/article/view/6440%0Ahttp://journal.unpak.ac.id/index.php/wahana/article/viewFile/6440/3520>
- Soelistyowati, R. D. (2019). Analisis Netralitas Media Televisi Dalam Debat Pিপres 2019. *Ubharajaya.Ac.Id*, 4(2), S2–S3.
- Utami, D. P., Dwi, M., Maolana, F. N., Marliyanti, F., & Hidayat, A. (2021). IKLIM ORGANISASI KELURAHAN DALAM PERSPEKTIF EKOLOG. *Jurnal Inovasi Pendidikan*, 14(1), 1–13.
- Wahyuni, S. N. (2021). Peran Moderasi Brand Relationship Pada Pengaruh Brand Satisfaction Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Lazada Di Instagram. *Frontiers in Neuroscience*, 14(1), 1–13.
- Wati, N. M. D. W. K., Imbayani, I. G. A., & Ribek, P. K. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Prodia Widyahusada. *International Journal of Business and Management*, 1(April), 108–119.
- Zunitasari, N. (2020). Analisis Penerapan Environmental Management Accounting (Ema) Sebagai Bentuk Eko-Efisiensi Pada Ud As-Salamah. *Repository.Stiedewantara.Ac.Id*, 1562013.

Sumber Skripsi :

- Amaliah, Rezky. 2015. *Peranan Public Relations Dalam Meningkatkan Brand Image Badan Penyelenggara Jaminan Social Cabang Makassar*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar . [Skripsi].
- Givauri, Elwina. 2014. *Penggunaan Analisis SWOT Dalam Pembuatan Program Public Relations TB Rumah Buku*. Universitas Islam Bandung
- Nur, Riski Desiyanti. 2017. *Strategi Marketing Public Relations Dalam Membangun Kepercayaan Client Pada PT Disdus Indoensia*. Universitas Pasundan [Skripsi].
- Rahmat Nizar, Muhamad. 2015. *Penggunaan Brosur Sebagai Media Iklan Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT A&S Holiday Travel Palembang*. Politeknik Negeri Sriwijaya . [Skripsi]