

DAFTAR PUSTAKA

- Chatamallah, M. (2008). Strategi “Public Relations” dalam Promosi Pariwisata: Studi Kasus dengan Pendekatan “Marketing Public Relations” di Provinsi Banten. *MediaTor (Jurnal Komunikasi)*, 9(2), 393–402. Retrieved from <http://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/1120>
- Mayasari, S., Indraswari, C., Komunikasi BSI Jakarta, A., & Sitasi, C. (2018). *Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Publikasi HUT Museum Nasional Indonesia (MNI) Kepada Masyarakat*. 9(2), 190–196. Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>
- Mayasari, S., Purihastine, M., & Qibtiah, A. (2019). Strategi Public Relations PT Kasoem Hearing Dalam Mempublikasikan Kasoem Exhibition 2018 Kepada Masyarakat Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 56–63. <https://doi.org/10.31294/jkom.v10i1.5094>
- Qonaah, S. (2019). Strategy Kampanye Gerakan #BijakBerplastik PT Danone Aqua Dalam Merayakan Hari Lingkungan Hidup Sedunia 2018. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 48–55. <https://doi.org/10.31294/jkom.v10i1.5182>
- Soraya, I. (2018). Strategi Kreatif Pesan Iklan Ladang Coffee Dalam Membangun Brand Image Sebagai CoffeeShop Khas Nusantara. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 39–45. Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>
- Susilowati, & Maudi, E. (2018). Strategi Koperasi Karya Mandiri Dalam Memperkenalkan Product Knowledge Melalui Event Gowes Pesona Nusantara. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 1–9. <https://doi.org/10.31294/JKOM.V9I1.3592>
- Utomo, I. W. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda). *Jurnal Komunikasi*, VIII, 76–84. Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/2327/1607>
- Yusmawati. (2017). Menyampaikan Informasi Kepada Masyarakat Melalui Situs. *Ilmu Komnunikasi*, VIII, 1–12.

