

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1996). Measuring Brand Equity across Products and Markets. *California Management Review*, 38, 102–120. <http://dx.doi.org/10.2307/41165845>
- Adani, M.H.D. (2021). *Muhammad Hilmi Dwi Adani*. Spotify. <https://open.spotify.com/show/56A0Z6eFwS7m4JPrMHLweH>
- Bernays, E. L. (1923). *Crystallizing Public Opinion*. Bernays, E. L. (1951). *Public Relations*. Rumford Press.
- Bogdan, R., & Taylor, S. J. (1975). *Introducing to qualitative methods : Phenomenological*. A Wiley Interscience Publication.
- Fadilah, E., Yudhapramesti, P., & Aristi, N. (2017). Podcast sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 1(1), 90–104. <https://doi.org/10.24198/kj.v1i1.10562>
- Fatoni, A. (2006). *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Rineka Cipta.
- Gunawan, I. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktek* (1st ed.). Bumi Aksara.
- Harris, T. L., & Whalen, P. T. (2006). *The marketer's guide to public relations in the 21st century*. Thomson Higher Education.
- Huberman, A. M., & Miles, M. B. (1992). *Analisis data Kualitatif*. UI Press. Ishak, A. (2012). Peran Public Relations dalam Komunikasi Organisasi. *Jurnal ASPIKOM*, 1(4), 373. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v1i4.38>
- Ishaq, R. El. (2017). *Public Relations: Teori dan Praktik*. Intrans Publishing. Kapferer, J.
- N. (2008). *The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term*. Kogan Page Publishers.
- Kencana, W. H., & Meisyanti, M. (2020). The Implementation of Mass Media Digital Platform in Indonesia. *Komunikator*, 12(2). <https://doi.org/10.18196/jkm.122038>
- Kuhn, T. S. (1962). *The Structure of Scientific Revolution*. Instituut Voor Theoretische Biologie.
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Rineka Cipta. Margono.

- (2017). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Rineka Cipta.
- Moleong, L. J. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (20th ed.). Bandung Remaja Rosdakarya.
- Musfiquon. (2012). *Pengembangan Media dan Sumber Pembelajaran* (1st ed.). PT PrestasiPustakarya.
- Oliver, S. (2010). *Public Relations Strategy (PR in Practice)*. Kogan Page Publishers.
- Patton, M. Q. (1980). *Qualitative Evaluation Methods*. Sage Publications.
- Prastowo, A. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Ar-ruzzmedia.
- Putro, M. P. (2012). *Media Kehumasan*.
- Rahardjo, M. (2018). *Paradigma Interpretif*. <http://repository.uin-malang.ac.id/2437/1/2437.pdf>
- Rahartri. (2019). "Whatsapp" Media Komunikasi Efektif Masa Kini (Studi Kasus Pada Layanan Jasa Informasi Ilmiah di Kawasan Puspiptek). *Visi Pustaka*, 21(2), 147–156.
- Riduwan. (2004). *Metode observasi dan penelitian*. Rineka Cipta.
- Rogers, D. L. (2016). *The Digital Transformation Playbook: Rethink your Business for the Digital Age*. Columbia Business School.
- Satori, D., & Komariah, A. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Sujanto, R. Y. (2019). *Pengantar Public Relations Di Era 4.0 Teori, Konsep, Dan Praktik Kasus Terkini*. Pustaka Baru Press.
- Wijaya, H. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi*. Sekolah Tinggi Theologi.
- Uliyah., A. A. (2014). *Pengantar kebutuhan dasar manusia*. Edisi 2. Jakarta: Salemba medika.

