

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2021). *Intensitas Penggunaan Internet untuk Mengakses Layanan Pendidikan*.
- Apriliani, D., Sari, Y., & Sangun, E. (2023). Pengaruh Kegiatan Marketing Public Relations terhadap *Brand Image* dan Product Knowledge Sepatu Lari Nike. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 9(1).
- Assaamah, T. M. (2024). Strategi Viral Marketing Melalui Konten Edutainment Clash of Champions by Ruangguru. *JCommSci*, 7(3).
- Assalamah, T. M. (2024). Viral Marketing Strategy Through Edutainment Content Clash of Champions by Ruangguru: Strategi Viral Marketing Melalui Konten Edutainment Clash of Champions by Ruangguru. *JCommsci-Journal Of Media and Communication Science*, 7(3), 154–169.
- Asyharry, A. A. (2023). *Pengaruh Marketing Public Relations pada Media Sosial Instagram Netflix Indonesia terhadap Loyalitas Pelanggan Netflix*.
- Bahar, S. C., Raihani, A. H., & Aini, J. D. N. (2022). Pergeseran Minat Masyarakat terhadap Lembaga Bimbingan Konvensional oleh Lembaga Bimbingan Online. *Jurusan Ilmu Ilmu Sosial FISH Universitas Negeri Surabaya*, 01.
- Budianti, D. A. (2017). Pengaruh marketing public relations terhadap *brand positioning* (survei pada pac martha tilaar). *Administrator UMN Library*.
- Budiati, M. Z. (2017). *Analisis Strategi Marketing Public Relations dalam Mempertahankan Corporate Image TRANS TV*.
- Darmawan, A. D. D. (2024). *Peengaruh Kampanye #MakeFetchHappen Terhadap Brand Positioning MadForMakeup*.
- Desri, S., Sari, M. C., Fadilla, S. F., Khairani, W., & Sabila, S. S. (2024). Analisis Strategis Public Relations Ruang Guru Dalam Upaya Membangun *Branding* Sebagai Platform Mitra Belajar Daring. *JURNAL EKONOMIKA45*.
- Dewi, S. N. K., & Johannes. (2021). Determinan Loyalitas Pengguna Aplikasi Ruangguru Di Kota Jambi Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*.

- Erwinda. (2021). *Pengaruh Aplikasi Ruang Guru Terhadap Minat Belajar Siswa SMPN 1 Mantiat Pari Kabupaten Murung Raya Semester Dua Tahun Pelajaran 2020/2021*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Handayani, T. (2021). *Brand Marketing*. Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.
- Haryanto, B. (2023). Peran Marketing Public Relations dalam Keberlanjutan *Brand Positioning*. . Penerbit Universitas Gadjah Mada.
- Hasan, A. (2008). *Manajemen Pemasaran dan Marketing*. Alfabeta.
- Helmiyah, S., & Verdian, A. (2024). Analisis Sentimen Terhadap Minat Belajar pada Tayangan Acara CoC by Ruangguru Berdasarkan Tweets Menggunakan Metode NLP dan Model BERT: Analisis Sentimen Terhadap Minat Belajar pada Tayangan Acara CoC by Ruangguru Berdasarkan Tweets Menggunakan Metode NLP. *Jurnal Pendidikan Rosalia*, 7(2), 138–149.
- Heriyadi. (2018). Strategi Positioning dalam Persaingan Bisnis (Points of Difference dan Points of Parity). - *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 03(03).
- Hidayat, T. (2015). Pengaruh Marketing Public Relation terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Bandung. *Ekonomi Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2), 102–115.
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian*. RajaGrafindo Persada.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Analisis Regresi dan Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Menggunakan SPSS & SMART-PLS* (Eureka Media Aksara, Ed.).
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management* (11th ed).
- Kotler, P., & Keller, evin L. (2016). *Marketing Management, 15/E. Global Edition*.

- Kurniatar, A. S., & Suastika, I. K. (2024). Upaya Meningkatkan Keaktifan Peserta Didik Kelas IV SDN Madyopuro 1 Dengan Menggunakan Media Pembelajaran Interaktif Dengan Clash Of Champion Dari Platform Ruang Guru. *Seminar Nasional Dan Prosiding PPG Unikama*, 1(2), 1250–1258.
- Lestari, D. I., & Kurnia, H. (2023). Implementasi model pembelajaran inovatif untuk meningkatkan kompetensi profesional guru di era digital. *JPG: Jurnal Pendidikan Guru*, 4(3), 205–222.
- Lestari, R. A., & Darmawan, P. (2024). Analisis Dampak Game Show Clash of Champions Terhadap Motivasi Belajar di Kalangan Gen-Z. *Jurnal Studi Pendidikan*.
- Lidiawati, K. R., & Adi, C. W. (2019). *Bimbel Online: Pergeseran menuju Era Pendidikan E-Learning*.
- Mayasari, I., Wijanarko, A., Risza, H., Kurniaty, D., Apriyana, N., Wiadi, I., & Chadijah. (2020). *Branding*. Univrsitas Paramadina.
- Mubarok, J. (2023). Paradigma Positivisme dan Postpositivisme dalam Kebaharuan Penelitian Arsitektur dan Perkotaan. *Jurnal Ilmiah Arsitektur*, 13(1), 11–21. <https://doi.org/10.29080/eija.v4i2>
- Muksin, N. N., & Krisnawati, W. (2024). Pengaruh Special Event “One Memorable Day With Oh Sehun” Terhadap *Brand Image Skincare Whitelab* (Survey Pada Pengunjung Special Event “One Memorable Day With Oh Sehun”). *Jurnal Ilmu Komunikasi, Soisial Dan Humaniora*, 2(2).
- Mulyaman, D., Wibowo, W. S., & Ismail, A. (2023). *Analysis of South Korean Pop Culture as the National and Social Force in the Globalization Age*. *Jurnal Studi Sosial Dan Politik*. 7(2).
- Nurhayati. (2021). Peran Marketing Public Relations dalam Meningkatkan *Brand Awareness Perusahaan XYZ*. *Skripsi Universitas Indonesia*.
- Patria, N., Nugroho, R., Situngkir, H., Adhiarna, I. N., Kamillah, D. R., Saptaningrum, I. D., Gunawan, F. R., & Utoyo, D. B. (2024). *Satu Dekade Pembangunan Digital Indonesia*. Kementrian Informasi dan Informatika.

- Patrick, J. (2019, November). *Peminat “Bimbel Online” Capai Jutaan Orang*. CNN Indonesia.
- Pike, S., & Page, S. (2014). *Destination Marketing Organizations and destination marketing: A narrative analysis of the literature*. Queensland University of Technology.
- Pustikayasa, I. M., Permana, I., Kadir, F., Zebua, R. S. Y., Karuru, P., Husnita, L., Pinatih, N. P. S., Indrawati, S. W., Nindiati, D. S., & Yulaini, E. (2023). *TRANSFORMASI PENDIDIKAN: Panduan Praktis Teknologi di Ruang Belajar*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., Bambang, Mochamad Trenggana, A. F., Zulfikar, R., Handayani, T., Kusuma, G. P. E., Triwardhani, D., & Kartika Rini, N. (2021). *Brand Marketing*. Penerbit Widina.
- Rahmat, Z. (2022). Marketing Public Relations (MPR) sebagai Strategi Pemasaran yang Efektif di Tengah Pandemi COVID-19. *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara*, 4(15).
- Raraswati, A. (2022). *Pengaruh Pemanfaatan Aplikasi Bimbingan Belajar Online Terhadap Prestasi Belajar Akuntansi Peserta Didik*.
- Rasyid, F. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori, Metode, dan Praktek*. IAIN kediri Pres.
- Risetya, D. (2021, December). *Belajar Online Makin Populer, Akankah Jadi Pendidikan di Masa Depan?* Mayar Simpel Pay.
- Ruslan, R. (2018). *Manajemen Publik Relation dan Media Komunikasi*. RajaGrafindo.
- Sabastian, Y. C. I., Kindarto, A., & Fathurrohman, A. (2024). Analisis Sentiment Masyarakat Terhadap Clash of Champions Ruang Guru Menggunakan Metode Support Vector Machine (SVM). *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*.
- Safitri, S. D., & El-Adawiyah, S. (2023). Implementation of Marketing Public Relations at PT Kapitol Era Mas. *Journal of Educational and Cultural Studies*.

- Saraswati, A., & Prihadini, D. (2020). Analisis Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Loyalitas Customer Sofyan Hotel (Studi Deskriptif Pada Sofyan Hotel Cut Meutia Menteng Jakarta Pusat). *Jurnal Lugas*, 4(2), 54–60. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Sari, D. R., & Tambunan, S. M. G. (2020). Representasi *Brand* Activation Ruangguru Periode 2018 – 2019. *Jurnal Senirupa Warna*, 8(1).
- Sari, K. A. (2024). Hegemoni “Clash of Champions Ruang Guru” di Tengah Maraknya Tayangan Non Edukatif. *Reftantia, Ghina*.
- Sari, K. A., & Reftantia, G. (2024). Hegemoni “Clash of Champions Ruang Guru” di Tengah Maraknya Tayangan Non Edukatif. *Iapa Proceedings Conference*, 130–145.
- Septian, M. D., & Leksono, A. B. (2023). *Manajemen Branding*. Universitas Brawijaya Press.
- Simbolon, H. F., & Tanjung, S. (2024). Pengaruh Video Pembelajaran Aplikasi PahamiFY sebagai Media Belajar terhadap Hasil Belajar Siswa Kelas XI IPA pada Mata Pelajaran Sejarah di SMA Negeri 5 Medan. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(5), 787–790.
- Sintawana, N., Lazirkha, D. P., & Sari, S. N. (2020). Pengaruh Media Pembelajaran Online Berbasis E-learning pada Aplikasi Zenius terhadap Hasil Belajar Siswa SMA. *Jl-Tech*, 325323.
- Sjahuddin, A. S. (2021). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Ruangguru Dalam Meningkatkan Minat Belajar Peserta Didik Pada Pelajaran Sosiologi Kelas X Di MAN 1 Parepare*.
- Srinahyanti, S., Lubis, M. S., & Sari, W. W. (2021). Analisis Usability Google Classroom Sebagai Platform E-Learning Pada Program Studi Pg Paud Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Medan. *ELEMENTARY SCHOOL JOURNAL PGSD FIP UNIMED*, 11(2), 109–115.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta.

- Suradi, A., & WIndarti, H. S. K. (2021). Analisis Pengaruh System Quality, Information Quality, Service Quality Terhadap Net Benefit Pada SI-PMB. *Jurnal Sisfokom*, 10(2).
- Susanto, H. P. (2021). *Pandemi dan Anak Bangsa Menjadi Pintar*. Tsaqiva publishing.
- Trout, J., & Ries, A. (2002). *Positioning*. Salemba Empat.
- Vanessa, & Gaffar. (2017). *CRM dan MPR Hotel (Customer Relationship Menagement and Marketing Pablic Relations)*. Alfabeta.
- Witoko, V. (2021). Aktivitas Marketing Public Relations dalam Membangun Brand Positioning di PT Foods Beverages Indonesia. *Jurnal Visi Komunikasi*, 20(1).