

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Effendi, M. A. (2023). *The power of good corporate governance: Teori dan implementasi* (Edisi ke-3). Jakarta: Salemba Empat.
- Getz, D., & Page, S. J. (2020). *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events* (4th ed.). Routledge.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (2017). *Managing Public Relations*. Cengage Learning.
- Harjito, D. A., & Martono, S. (2021). *Manajemen keuangan dan tata kelola perusahaan modern* (Edisi terbaru). Yogyakarta: Ekonisia.
- Kasmir. (2021). *Manajemen perbankan* (Edisi revisi). Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kriyantono, R. (2017). *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*. Jakarta: Kencana.
- Kusumastuti, A. D., & Sastradipraja, B. (2024). *Dinamika kepemimpinan korporasi di era digital: Perspektif Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Priansa, D. J. (2021). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pada Era Media Sosial* (2nd ed.). CV PUSTAKA SETIA.
- Sutedi, A. (2021). *Good corporate governance* (Rev. ed.). Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Van Ruler, B. (2021). *Public Relations Theory*. Routledge.
- Wilcox, D. L., & Reber, B. H. (2016). *Public relations writing and media techniques*.
- Yudarwati, G. A. (2020). *CSR dan Sustainable Development: Perspektif Komunikasi Korporat di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

JURNAL

- Febrianti, V., & Oktaviani, F. (2020). COMMUNITY RELATION DALAM MENJAGA CITRA POSITIF RADIO. *Jurnal Mutakallimin Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2). <https://doi.org/10.31602/jm.v3i2.3688>
- Hedynata, M. L., & Radianto, W. E. D. (2016). STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN LUSCIOUS CHOCOLATE POTATO SNACK. *PERFORMA*, 1(1), 87–96. <http://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/download/108/101>

- Herika, D., & Ruliana, P. (2018, June 26). *Public Relations dalam Membina Hubungan dengan Media*. Herika | Inter Komunika: Jurnal Komunikasi. <https://journal.interstudi.edu/index.php/InterKomunika/article/view/149/pdf>
- Masrichah, N. S. (2023). Ancaman dan peluang Artificial intelligence (AI). *Khatulistiwa Jurnal Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 3(3), 83–101. <https://doi.org/10.55606/khatulistiwa.v3i3.1860>
- Mudjiyanto, B. (2018). *Evaluasi dalam komunikasi organisasi: Sebuah pendekatan teoritis dan praktis*. Jurnal Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. Diakses dari <https://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/kom/article/download/1115/779>
- Mujiati, N. (2022). KONVERGENSI DAN DIGITALISASI MEDIA: TANTANGAN INDUSTRI MEDIA (Konvergensi Media MNC Grup dan Kompas Gramedia di Indonesia). *Al-Muttaqin : Jurnal Studi, Sosial, Dan Ekonomi*, 3(2), 157–173. Retrieved from <https://jurnal.staisam.ac.id/index.php/almuttaqin/article/view/69>
- Neuhofer, B., Egger, R., & Vu, C. (2023). The Digital Event Experience: A Framework for Value Co-Creation. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 14(2), 321-338.
- Putra, I. G. N. (2021). Digital Community Engagement: Strategi Baru dalam Manajemen Hubungan Komunitas. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 9(1), 45-60.
- Prajarto, N. (2014, February 5). *EFEKTIVITAS PUBLISITAS: MENILAI REPUTASI INSTITUSI*. Prajarto | Jurnal Ilmu Komunikasi. <http://www.jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/36/39>
- Pratiwi, N. E., Mayopu, R. G., & Huwae, G. N. (2015, July 17). *Aktivitas Media Relations Humas Setda Kota Salatiga dalam Membentuk Berita Positif*. Pratiwi | Jurnal ASPIKOM. <https://www.jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/85/81>
- Raissa, N. C. a. R., & Ahmadi, D. (2022). Kegiatan media relations dalam mempertahankan citra positif. *Jurnal Riset Public Relations*, 59–66. <https://doi.org/10.29313/jrpr.vi.1087>
- Rawis, A. G., Mandey, S. L., & Roring, F. (2022). PENGARUH PERIKLANAN, PUBLISITAS DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN APLIKASI GRAB DI MANADO | Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. *ejournal.unsrat.ac.id*. <https://doi.org/10.35794/emb.v10i1.37782>
- Saleh, R., Sultan, M. I., & Farid, M. (2016). *PENGETAHUAN JURNALISTIK PEGAWAI HUMAS PEMERINTAH DALAM KEGIATAN PUBLISITAS*.

KAREBA : Jurnal Ilmu Komunikasi, 4(1), 27–36.
<https://doi.org/10.31947/kjik.v4i1.608>

Salim, M. (2014). TAHAPAN COMMUNITY RELATIONS DALAM KEGIATAN CSR KONSERVASI LINGKUNGAN (Studi kasus terhadap kegiatan CSR PT Djarum pada konservasi lereng Gunung Muria). *DOAJ (DOAJ: Directory of Open Access Journals)*.
<https://doaj.org/article/ca4a1590f0034d7fbb14ed9a7b75aa34>

Siregar, N. a. P. A., Qoyyimah, N. N. D., Surayya, N. A., Nasution, N. S. Y. N. F., & Siregar, N. D. Y. (2023). Pengaruh magang Pendidikan terhadap pengembangan kompetensi mahasiswa. *Guruku Jurnal Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 2(1), 81–89. <https://doi.org/10.59061/guruku.v2i1.567>

Septiani, K. A., Prabawani, B., & Widayanto, W. (2015). Aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) dan Publisitas Media: Dampaknya terhadap Citra Perusahaan dan Minat Beli (Studi Kasus: Konsumen Aqua Kelas Menengah ke Atas di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 58-69. <https://doi.org/10.14710/jiab.2016.10293>

Syarif, N. (2018). Strategi Public Relations PT.Dyandra Promosindo Dalam Memanfaatkan Akun Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Dan Publikasi Kepada Publik Eksternal. *Repository Universitas Bina Sarana Informatika (BSI)*.

TOPAN SETIAWAN, YUNI KURNIAWATI, & EDY SAPUTRO. (2019). KOMUNIKASI KRISIS DI ERA DIGITAL. *JURNAL EKONOMI, SOSIAL & HUMANIORA*, 1(02), 50-61. Retrieved from <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/26>

Wardasari, N., & Wardasari, N. (2018). PENGGUNAAN RISET OLEH PRAKTISI PUBLIC RELATIONS DALAM MENENTUKAN PROGRAM. *Jurnal Nomosleca*, 4(2). <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v4i2.2375>

Wisataone, V. (2019c). Pelaksanaan Fungsi Hubungan Masyarakat dan Publisitas pada Organisasi Non-Profit. *EFISIENSI - KAJIAN ILMU ADMINISTRASI*, 15(1), 15–27. <https://doi.org/10.21831/efisiensi.v15i1.24482>

Yusendra, M., & Abdurrahman, M. S. (2019). PROSES MEDIA RELATIONS TELKOMSEL GUNA MENINGKATKAN PUBLISITAS POSITIF MENGENAI KUALITAS JARINGAN (Studi kasus mengenai Public Relations Telkomsel Head Office Jakarta pada kegiatan Media Relations periode 2017-2018). *eProceedings of Management*, 6(1). <https://librarye proceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/8618>

SUMBER ONLINE

Aqeel, M. (2024, September 17). *Strategi pemasaran efektif untuk bisnis hiburan*. Marketing Lad. Retrieved October 20, 2024, from <https://marketinglad.io/id/effective-marketing-strategies-for-an-entertainment-business/>

Riadi, Y. (2023, November 1). *Industri Kreatif di Indonesia Mengalami Pertumbuhan Positif*. Selular.ID. Retrieved October 20, 2024, from <https://selular.id/2023/10/industri-kreatif-di-indonesia-mengalami-pertumbuhan-positif/>

PT. Media Nusantara Citra Tbk [MNCN] | IDNFinancials. (n.d.-d). Retrieved September 9, 2024, from <https://www.idnfinancials.com/id/mncn>

Tbk, P. M. a. H. (n.d.-d). *PT MNC Asia Holding Tbk*. PT MNC Asia Holding Tbk. Retrieved August 26, 2024, from <https://www.mncgroup.com/business-activities/media-konten-berbasis-periklanan>