

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Amin Wijaya, Tunggal, 2004, *Manajemen Kontenporer*, Buku 2, Harvarindo: Jakarta
- Anoraga, Panji, (2004). *Psikologi Kepemimpinan*. Bandung: CV. Mandar Maju. Semarang: Rineka Cipta.
- Ardianto, Elvinaro. (2004). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro dkk. (2009) *Komunikasi Massa; Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bovee, dan Thill. (2007). *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Indeks
- Cangara, Hafied. (2008). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers
- Curtis, James J. Floyd, Jerry L. Winsor (1992). *Komunikasi Bisnis dan Proesional*. Jakarta: Rosda Jayaputra.
- Creswell, J.W. (2013). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan. Mixed, edisi ketiga*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Danandjaja. (2011). *Peran Humas Dalam Perusahaan*, CV Graha Ilmu, Jakarta
- Dewi, Sutrisna (2009). *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Diana (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi Universitas Telkom Vol.3 No.1 Oktober 2018, hal 18-33*.

- Effendy, Unong Uchjana (2009). *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Unong Uchjana (2014). *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fandy, Tjiptono (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi III*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Franks, Jefkins, (2004): 10 Public Relations Jakarta : PT. Gelors Aksara Pertama Erlangga.
- Frida, Kusumastuti. (2002), *Dasar-Dasar Humas, Edisi pertama*, PT. Ghalia Indonesia, Jakarta Selatan.
- Jatmiko, RD (2004). *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary (2014). *Principles of Marketing, 12th Edition*, Jilid I terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Nova, Firsan. (2011). *Crisis Public Relatons Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Purwanto, Djoko (2006). *Komunikasi Bisnis, Edisi Ketiga*. Jakarta: Erlangga
- Riduwan (2010). *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Ruslan, Rosady. (2010). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady (2014). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi (Konsep dan Aplikasi)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Seitel, Frasier P.(2004). *International Editions, The Practice Of Public Relations*. New Jersey.Pretinee Hall.

- Sitepu, Syahputra Edy & Faulina (2011). *Profesional Public Relations*. Medan: USU Press.
- Sugiyono (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV.. Alfabeta.
- Sugiyono (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Fandy Tjiptono, (2008), *Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Thomas, Coulson, Colin, (2002), *Public Relations: Pedoman praktis untuk PR*, Terjemahan, Lucas Ginting, Sinar Grafika Offset, Jakarta
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sutrisna, Dewi. 2007. *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Wibisono (2006). *Manajemen Kinerja: Konsep Desain dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Yulianita, Neni. (2000). *Dasar-dasar Public Relation*. Bandung : Pusat Penerbitan.
- Zarella, D (2011). *The Social Media Marketing Book*. Sebastopol: ”Reilly media, Inc.

Jurnal:

- Nurul Rizky, (2020), *Penggunaan Media Sosial Instagram Haloa Cafe Sebagai Komunikasi Pemasaran Online*. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 10, No. 2, October 2020.

Lusyane Margaretha (2017), *Instagram Sebagai Media Sosialisasi Program Unggulan Pemerintah*. Communication VIII, Nomor 2, Oktober 2017.

Arkan Shaleh, (2020), *Peran Public Relations Dalam Pemanfaatan Instagram Sebagai Alat Publikasi Untuk Meningkatkan Layanan Masyarakat Di Puskesmas Kecamatan Cilincing (Studi Kasus Pada Akun Instagram @ Puskesmascilincing)*. Jurnal Lugas Vol. 4, No.1, Juni 2020, PP. 9 – 16

Jessica Tamara Prolog (2018), *Strategi Public Relations Dalam Membangun Brand Image Jamu (Studi Pada Suwe Ora Jamu Kedai Jamu & Kopi Vol. 2, No. 2, Desember 2018, Hal 377 – 384*

Diana Fitri Kusuma (2018), *Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts* . Jurnal Manajemen Komunikasi, Volume 3, No. 1, Oktober 2018 Universitas Telkom

Anas Y. Alhadid (2016), *The Role Of Public Relations On Company Image: Social Media As A Moderating Variable: A Case Study At The Applied Science Private University At Jordan*. International Journal Of Academic Research In Business And Social Sciences April 2016, Vol. 6, No. 4.

Nurafiq Inani Man (2019), *A Communications Strategy Of The Malaysian Research Universities To Add Value..*Jurnal The Messenger, Vol. 11, No. 1, January 2019, Pp. 56-69.

Fatos Ukaj (2016). *Public Relations As Part Of Integrated Communication Of An Enterprise-Consumer Oriented On*. Journal Of Marketing Management June 2016, Vol. 4, No. 1, Pp. 67-72.

Ljupka Naumovska & Daliborka Blazeska, (2016), *Public Relation Based Model Of Integrated Marketing Communications*. Public Relation Based Model Of Integrated Marketing Communications. Utms Journal Of Economics 7 (2): 175–186.

Website:

4

MUHAMMAD ARYA JEPARA, 2022

PENGARUH SOSIALISASI PESAN “3M” MELALUI YOUTUBE DARI KEMENTERIAN KESEHATAN TERHADAP SIKAP

PENCEGAHAN COVID-19

(Perspektif Ketahanan Nasional pada Masyarakat Depok)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

<https://kumparan.com/kumparanbisnis/bisnis-ikan-cupang-di-tengah-pandemi-penjualan-naik-100-persen-1tdRPE6JIrX/full>).

<https://agromedia.net/tren-ikan-cupang-hias-naik-daun-peluang-bisnis/>

<https://kumparan.com/kumparanbisnis/bisnis-ikan-cupang-di-tengah-pandemi-penjualan-naik-100-persen-1tdRPE6JIrX/full>).

MUHAMMAD ARYA JEPARA, 2022

PENGARUH SOSIALISASI PESAN “3M” MELALUI YOUTUBE DARI KEMENTERIAN KESEHATAN TERHADAP SIKAP

PENCEGAHAN COVID-19

(Perspektif Ketahanan Nasional pada Masyarakat Depok)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]