

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Aaker, D. (1991). *Managing Brand Equity*. New York: Free Press
- Bobbit, R., & Sullivan, R. (2014). *Developing the Public Relations Campaign* (3<sup>rd</sup> ed). USA: Pearson.
- Creswell, J. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Tradition*. London: SAGE Publications
- Cutlip, M. Scoot, Allen H. Center, Glen M. Broom. (2013). *Effective Public Relations* (11<sup>th</sup>ed). Boston: Pearson.
- Denscombe, M. (2007). *A Good Research Guide: for Small Scale Social Research Projects* (3<sup>rd</sup> ed). London: McGraw Hill.
- Gregory, A. (2004). *Public Relations in Practice*. Kogan Page Pulishers.
- Grunig, J.E. (1992). Communication, Public Relations, and Effecive Organizations: An Overview of The Book. In Grunig, J.E. (Eds), *Manager's Guide to Excellence in Public Relations and Communication Management* (pp. 1-28). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc.
- Halwani, H. (2005). *Ekonomi Internasional dan Globalisasi Ekonomi-Edisi Kedua*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Harris, T. L., & Whalen, P. A. (2006). *The Marketer's Guide to Public Relations in the 21<sup>st</sup> Century*. USA: South-Western Educational Pub.
- Keller, K.L. (2013). *Strategic Brand Management* (4<sup>th</sup> ed). US: Pearson Education, Inc.
- Kopfman, J.E., & McSwain, A.R. (2012). Public Information Campaigns. In M. Lee, G. Neeley, & K. Stewart (Eds), *The Practice of Government Public Relations* (pp.75-100). New York: CRC Press.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012): *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Lee, M., G. Neeley, & K. Stewart (2012). *The Practice of Government Public Relations*. New York: CRC Press.
- Littlejohn, S.W., & Foss, K.A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. USA: SAGE Publications, Inc.
- Moleong, Lexy J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi* (Cetakan keduapuluh sembilan). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Newsome, D., Scott, A & Turk, J. V. (1993). *This is PR: The Realities of Public Relations*. Belmont, CA: Wadsworth.

(2<sup>nd</sup> ed). USA: McGraw-Hill.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan ketujuh belas). Bandung: Alfabeta.

Venus, A. (2004). *Manajemen Kampanye*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Yin, R. K. (2014). *Studi Kasus: Desain dan Metode/ Robert K. Yin, Penerjemah: M. Djauzi Mudzakir*. Jakarta: Rajawali Pers.

## Jurnal

Aeni, N. (2021). Pandemi COVID-19: Dampak Kesehatan, Ekonomi, dan Sosial. *Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan dan IPTEK*. Vol 17 No. 1 Hal 17-34. Diakses dari <https://ejurnal-litbang.patikab.go.id/index.php/jl/article/view/249/160>.

Ishak, A. (2012). Peran *Public Relations* dalam Komunikasi Organisasi. *Jurnal Komunikasi*. Vol. 1 No. 2. Hal. 373-380. Diakses dari <http://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/38>.

Mikáčová, L., & Gavlaková, P. (2014). The Role of Public Relations in Branding. *Procedia: Social and Behavioral Sciences*. Vol. 110 Hal. 832-840. Diakses dari <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042813055687>.

Qurratu'ain, N. & Dewi, L. Dwi Ratna. (2020). Strategi Hubungan Masyarakat Smesco Indonesia dalam Mengampanyekan Produk UKM di Ajang Asian Games 2018 Melalui Media Sosial Instagram. *PANTAREI*. Vol. 4 No.01. Diakses dari <https://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/479>

Septyanta, A. F. & Yulianti, N. (2021). Kegiatan Kampanye Public Relations Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia di Media Online. *SPeSIA: Prosiding Hubungan Masyarakat*. Vol. 7. No. 2. Diakses dari <https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/humas/article/view/29072>.

- Aldyasari, R. (2011). Kampanye Humas Direktorat Jenderal Pajak: Studi Kasus Kampanye Humas Kanwil Direktorat Jenderal Pajak Daerah Istimewa Yogyakarta melalui Pendekatan Budaya. [Skripsi, Universitas Gadjah Mada]. Tersedia dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>.
- Amalia, N.F. (2012). Kampanye Public Relations Dalam Membentuk Sikap Khalayak (Studi pada Kampanye *Stop of the Trafficking of Children and Young People* yang diselenggarakan The Body Shop Indonesia). [Skripsi, Universitas Indonesia]. Tersedia dari <http://lib.ui.ac.id/>.
- Hapsari, K. (2015). Kampanye Bank Sentral di Area Kampus (Studi Kasus tentang Strategi Kampanye Bank Indonesia dalam Membentuk Kawasan Less Cash Society melalui Gerakan Nasional Non Tunai di UGM). [Skripsi, Universitas Gadjah Mada]. Tersedia dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>
- Kirana, S. (2019). Strategi Public Relations Portal Berita Online Krjogja.com dalam Meningkatkan Brand Awareness. [Skripsi, Universitas Gadjah Mada]. Tersedia dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>
- Mirta, D.A. (2016). Peran Komunikasi Organisasi dalam Proses Perencanaan Kampanye Informasi Publik Humas Pemerintah pada Konteks *Government Public Relations* di Indonesia (Studi Kasus Kampanye Informasi Publik Revolusi Mental di Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan). [Skripsi, Universitas Indonesia]. Tersedia dari <http://lib.ui.ac.id/>.
- Ramadhan, F. (2016). Kampanye Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) dalam Mewujudkan Good Governance Melalui Program Public Awareness Campaign (Studi Kasus: Kampanye Badan Pemeriksa Keuangan dalam Mewujudkan Good Governance melalui Program Public Awareness Campaign: “*BPK Goes To School*”). [Skripsi, Universitas Gadjah Mada]. Tersedia dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>
- Rosianty, F. (2015). Strategi Pesan dalam Kampanye PLN Bersih (Studi Kasus Strategi Pesan dalam Kampanye PLN Bersih). [Skripsi, Universitas Gadjah Mada]. Tersedia dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>
- Wibisono, Z. B. A. (2017). Strategi Kampanye *Public Relations* Humas Pemerintah Kabupaten Kulon Progo Dalam Program ‘Bela Beli Kulon Progo’. [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta]. Tersedia dari <http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/11087>

- Dihni, V. A. (2021). Brasil Rajai Produksi Kopi pada 2020, Indonesia Urutan Berapa?.  
*Databoks Katadata Online.* Diakses dari  
[https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/03/brasil-rajai-produksi-kopi-pada-2020-indonesia-urutan-berapa#:~:text=10%20Negara%20Penghasil%20Kopi%20Terbesar%20di%20Dunia%20\(2020\)&text=Setelahnya%20ada%20Kolombia%20dengan%20produksi,sebesar%2011%20C95%20juta%20karung.](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/03/brasil-rajai-produksi-kopi-pada-2020-indonesia-urutan-berapa#:~:text=10%20Negara%20Penghasil%20Kopi%20Terbesar%20di%20Dunia%20(2020)&text=Setelahnya%20ada%20Kolombia%20dengan%20produksi,sebesar%2011%20C95%20juta%20karung.)
- Ekarina. (2020). Survei KIC: 87% Konsumen Lebih Suka Belanja Merek Dalam Negeri.  
*Katadata Online.* Diakses dari  
<https://katadata.co.id/ekarina/brand/5f97832e74050/survei-kic-87-konsumen-lebih-suka-belanja-merek-dalam-negeri> pada 12 November 2020.
- Fajar, T. (2020). Bukti UMKM Memainkan Peran Penting Bagi Ekonomi RI. *Okezone Online.* Diakses dari  
<https://economy.okezone.com/read/2020/10/09/455/2291177/bukti-umkm-memainkan-peran-penting-bagi-ekonomi-ri> pada 12 November 2020.
- Hariyanti, D. (2019). Proyeksi Ekonomi Kreatif 2019: Makin Membesar dan Kebal Krisis.  
*Katadata Online.* Diakses dari  
<https://katadata.co.id/dinihariyanti/berita/5e9a557828b5a/proyeksi-ekonomi-kreatif-2019-makin-membesar-dan-kebal-krisis>. Diakses pada 2 April 2022.
- Julaika, H. (2019). Produk Asing Banjiri E-Commerce Indonesia hingga 90 Persen. *Media Indonesia Online.* Diakses dari <https://mediaindonesia.com/read/detail/277602-produk-asing-banjiri-e-commerce-indonesia-hingga-90-persen> pada 12 November 2020.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. (2020). Siaran Pers: Kemenparekraf Ajak Masyarakat Dukung Pelaku Ekraf Melalui Program #BeliKreatifLokal. Jakarta: Kepala Biro Komunikasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. Diakses dari  
<https://www.kemenparekraf.go.id/post/siaran-pers-kemenparekraf-ajak-masyarakat-dukung-pelaku-ekraf-melalui-program-belikreatiflokal>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. (2021). Profil Lembaga. Diakses dari  
<https://www.kemenparekraf.go.id/profil/profil-lembaga> pada 5 April 2021.
- Koin24.co.id. (2020). Kemenparekraf Ajak Komunitas Kopi Jaga Indonesia. Diakses dari  
<https://koin24.co.id/kemenparekraf-ajak-komunitas-kopi-jaga-indonesia/> pada 15 Agustus 2021.
- KSI-Indonesia.org. (2021). Pelaku Ekonomi Kreatif Layu di Masa Pandemi. Diakses dari

Medcom.id. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Ekonomi Indonesia. Diakses dari

[https://www.medcom.id/foto/ekonomi/9K50XDPk-dampak-pandemi-covid-19-](https://www.medcom.id/foto/ekonomi/9K50XDPk-dampak-pandemi-covid-19-terhadap-ekonomi-indonesia)

[terhadap-ekonomi-indonesia](https://www.medcom.id/foto/ekonomi/9K50XDPk-dampak-pandemi-covid-19-terhadap-ekonomi-indonesia) pada 28 Agustus 2020.

Prasetya. A.W. (2020). #BeliKreatifLokal, Kampanye Kemenparekraf untuk Selamatkan

Pelaku Ekonomi Kreatif. *Kompas Online*. Diakses dari

[https://travel.kompas.com/read/2020/05/29/205906027/belikreatiflokal-kampanye-](https://travel.kompas.com/read/2020/05/29/205906027/belikreatiflokal-kampanye-kemenparekraf-untuk-selamatkan-pelaku-ekonomi?page=all)

[kemenparekraf-untuk-selamatkan-pelaku-ekonomi?page=all](https://travel.kompas.com/read/2020/05/29/205906027/belikreatiflokal-kampanye-kemenparekraf-untuk-selamatkan-pelaku-ekonomi?page=all) pada 28 Agustus 2020.

Rohman, F. (2022). Ekonomi Kreatif Adalah Ekonomi Baru, Ini Definisi dan Ruang Lingkupnya.

Katadata Online. Diakses dari

[https://katadata.co.id/safrezi/berita/620d2dd8bb3f0/ekonomi-kreatif-adalah-ekonomi-](https://katadata.co.id/safrezi/berita/620d2dd8bb3f0/ekonomi-kreatif-adalah-ekonomi-baru-ini-definisi-dan-ruang-lingkupnya)

[baru-ini-definisi-dan-ruang-lingkupnya](https://katadata.co.id/safrezi/berita/620d2dd8bb3f0/ekonomi-kreatif-adalah-ekonomi-baru-ini-definisi-dan-ruang-lingkupnya).

Sejarah Kemenparekraf.go.id. (2021). Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dari

Masa ke Masa. Diakses dari <https://sejarah.kemenparekraf.go.id/> pada 8 April 2021.

Wiharso, A. (2020). Agar UMKM Tak Mati Karena Pandemi. *Detik Online*. Diakses dari

<https://news.detik.com/kolom/d-5060170/agar-umkm-tak-mati-karena-pandemi> pada

28 Agustus 2020.