

REFERENCES

- Agarwal, U., Gupta, A., & Bantia, R. (2018). The Impact Of Brand Image On Consumers Buying Behaviour. *International Journal of Creative Research Thoughts* , 6(1), 96–100.
- Asriyono, D., & Wahyuni, H. I. (2013). *Website sebagai Media Kehumasan : (Analisis isi Website humasprotokol.bantenprov.go.id sebagai Sarana Komunikasi dalam Membangun Reputasi Pemerintah Provinsi Banten Periode Januari-Juni 2012)* [Skripsi]. Universitas Gadjah Mada.
- Burgon, & Huffner. (2002). *Human Communication*. Sage Publication.
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan & strategi komunikasi* (3rd ed.). Rajawali Pers.
- Casidy, R., Prntice, C., & Wymer, W. (2019). The effects of brand identity on brand performance in the service sector. *Journal of Strategic Marketing*, 27(8), 651–665.
- Effendy, O. U. (2009). *Ilmu komunikasi : teori dan praktek*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Fisher, B. A. F. (1987). *Teori-teori komunikasi : perspektif mekanistik, psikologis, interaksional, dan pragmatis* (J. Rakhmat, Ed.; 2nd ed.). Remadja Karya.
- Handoko, H. (1990). *Manajemen* (2nd ed.). BPFE.
- Hanifawati, T., Ritonga, U. S., & Puspitasari, E. E. (2019). Managing Brands' Popul Arity On Facebook: Post Time, Content, and Brand Communication Strategies . *Journal of Indonesian Economy and Business*, 34(2), 187–207.
- Hidayati, T. A., Suharyono, & Fanani, D. (2013). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Penghuni Mahad Sunan Ampel Al-Aly UIN Malang Tahun Angkatan 2012/2013 yang Mengkonsumsi Mie Instan Merek Indomie). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1).
- Ideasonpurpose.com. May 29 2023. Qualities of a Great Website. Accessed in June 2023, from <https://www.ideasonpurpose.com/on/7-qualities-great-website/>
- Knox, S., & Walker, D. (2001). Measuring and managing brand loyalty. *Journal of Strategic Marketing Volume 9, 2001 - Issue 2* , 9(2), 111–128.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Global Marketing Management* (14th ed.). NJ Pearson Education Limited .
- Laswell, Harold. D. (1948). *The structure and function of communication in society* (L. Bryson, Ed.). Harper and Row.
- Monga, A. B., & John, D. R. (2010). What Makes Brands Elastic? The Influence of Brand Concept and Styles of Thinking on Brand Extension Evaluation. *Journal of Marketing* , 74, 80–92.
- Mulyana, D. (2005). *Ilmu komunikasi : suatu pengantar* (Muchlis, Ed.; 8th ed.). Remaja Rosdakarya.
- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2017). Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi. *Jurnal Komunikasi*, 3(1), 90–95.



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**STRATEGI KOMUNIKASI BIRO BERMAS SEKRETARIAT DAERAH DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA UNTUK MEMBANGUN BRAND
IMAGE MELALUI SITUS WEB RESMI BERMAS.JOGJAPROV.GO.ID**

Pierre William Krismanggala Simu, Drs. Winarto, M. M

Universitas Gadjah Mada, 2023 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Pratiwi, R., Astuti, N. N. S. A., & Astawa, I. K. (2019). Public Relations Strategy In Building Brand Image At Movenpick Resort. *Journal of Applied Sciences in Travel and Hospitality*, 2(1), 29–37.

Suranto, A. W. (2005). *Komunikasi Perkantoran: Prinsip Komunikasi untuk Meningkatkan Kinerja Perkantoran*. Media Wacana.

Wilkie, W. L., & Moore, E. S. (2012). Expanding our understanding of marketing in society. *J. of the Acad. Mark. Sci* , 40, 53–73.