

WORKS CITED

- Andriyani, G., Kahar, S., Awaluddin, M., & Meilano, I. (2011). *KAJIAN REGANGAN SELAT BALI BERDASARKAN DATA GNSS KONTINU TAHUN 2009-201*. 12. Web. 6 June. 2020.
- Ariesta, M. (2018). *Jumlah LSM di Indonesia Terus Bertambah Setiap Tahun*. medcom.id. <https://www.medcom.id/internasional/asia/zNALjreK-jumlah-lsm-di-indonesia-terus-bertambah-setiap-tahun>. Web. 5 June. 2020.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (4th ed.). Pustaka Pelajar. Print.
- Durianto, D., Sugiarto, & Budiman, L. J. (2004). *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*. Gramedia Pustaka Utama. Web. 10 June. 2020.
- Jayani, D. H. (2020). *10 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia | Databoks*. DataboksKatadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia>. Web. 17 June. 2020.
- Komariah, N., Rodiah, S., & Rakhmat, M. Z. (2018). KEGIATAN PUBLIC RELATIONS SEBAGAI UPAYA PENGUATAN EKSISTENSI PERPUSTAKAAN. *BACA: JURNAL DOKUMENTASI DAN INFORMASI*, 39(2), 197–205. <https://doi.org/10.14203/j.baca.v39i2.431>. Web. 11 June. 2020.
- Mueller, B. (2008). *Communicating with the Multicultural Consumer: Theoretical and Practical Perspectives*. Peter Lang. Web. 19 June. 2020.
- Silviani, I. (2020). *PUBLIC RELATIONS SEBAGAI SOLUSI KOMUNIKASI KRISIS*. Scopindo Media Pustaka. Web. 19 June. 2020.
- Triyanto, W. A. (2013). *Strategi Public Relations Aksi Cepat Tanggap (ACT) Dalam Membangun Citra Positif Program Global Qurban*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Web. 6 June. 2020.
- Wahid, U., & Puspita, A. E. (2017). Upaya Peningkatkan Brand Awareness PT. Go-Jek Indonesia Melalui Aktivitas Marketing Public Relations. *Jurnal Komunikasi Untar*, 9(1), 31–43. Web. 11 June. 2020.