

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A. (2012). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Kesenjangan Informasi: Akar Informasi dan Berbagai Standarnya. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 13(1), 137–149.
- Ardianto, E. (2004). Teori dan Metodologi Penelitian “Public Relations.” *Mediator: Jurnal Komunikasi*, Vol. 5(No. 2), 231–241.
- Dr. Ulber Silalahi, (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif* (N. F. Atif (ed.); 4th ed.). PT Refika Aditama.
- Dr. Rulli Nasrullah, (2017). *Media Sosial* (N. S. Nurbaya (ed.); 3rd ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Dr. Yusuf Zainal Abidin, (2015). *Metode Penelitian Komunikasi, Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi* (1st ed.). CV Pustaka Setia.
- Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, A. S. (2016). YOUTUBE SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI BAGI KOMUNITAS MAKASSARVIDGRAM. In *Jurnal Komunikasi KAREBA* (Vol. 5, Issue 2).
- Harahap, & Adeni, S. (2020). Tren penggunaan media sosial selama pandemi di indonesia. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 7(2), 13–23.
- Kaukab, (2020). Pengetahuan Dasar Public Relations Dr . M . Elfan Kaukab ,S.E. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sains Al- Qur’an Jawa Tengah Wonosobo.
- Kusuma, K. (2018). Activities of the Cyber Public Relations of O Chanel TV in Promoting their Company on the Instagram Social Media. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 09, 50–56. www.ajhssr.com
- Lubis, (2012). Peran Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 12(1), 51–60.
- Masse, (2017). Internet Dan Penggunaannya (Survei di kalangan masyarakat Kabupaten Takalar Provinsi Sulawesi Selatan). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 21(1), 13. <https://doi.org/10.31445/jskm.2017.210102>
- Muktiyo, W. (2009). Praktik Public Relations (PR) di Indonesia. In *Komunikasi* (Vol. 3, pp. 199–206).
- Prof, Dr. Soleh Soemirat, M.S, DRS. Elvinaro, M. S. (2017). *Dasar - Dasar Public Relations*. Rosda.
- Rachmat Kriyantono, (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (7th ed.). Kencana.
- Raditia Yudistira Sujanto, (2019). *Pengantar Public Relations di Era 4.0, Teori, Konsep, dan Praktik Kasus Terkini*. Pustaka Baru Pers.
- Rosady Ruslan, (2018). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Rajawali Pers.
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Administrasi* (Apri Nuryanto, 23rd ed.). Alfabeta, CV.
- Syahputra, I. (2019). *Media Relations : Teori, Strategi, dan Intelejen* (1st ed.). PT RajaGrafindo Persada, Depok.
- Wijaya, S. I. (2014). Public Relations Sebagai Profesi.Hj. Ida Suryani Wijaya. *Jurnal Komunikasi Dan Sosial Keagamaan Tujuan*, XVI(2), 176–209.

Yusnita, H., & Yulianto, A. (2013). Upaya Food and Beverage Restaurant Dalam Meningkatkan Kepuasan Tamu Melalui Variasi Produk. *Jurnal Khasanah Ilmu*, IV(1), 67–81.

<https://newsroom.tiktok.com/in-id/tiktok-adalah-platform-di-mana-konten-dan-transaksi-belanja-bertemu-membantu-konsumen-menemukan-dan-melakukan-pembelian-berikutnya>

Data Alasan Masyarakat Menggunakan Internet <https://apji.or.id/>

Teguk Jadi Ancaman Thai Tea Kaki Lima
<https://wartaekonomi.co.id/read226569/teguk-jadi-ancaman-thai-tea-kaki-lima>

Website TEGUK <https://teguk.co.id/about/>

Teguk Merek Minuman Anak Bangsa Buka Cabang di New York
<https://www.inanews.co.id/2022/09/teguk-merek-minuman-anak-bangsa-buka-cabang-di-new-york/>

Spotify <https://support.spotify.com/id-id/article/what-is-spotify/>