

DAFTAR PUSTAKA

- Adina, C. P. (2021). *Proses Rebranding Aplikasi New PLN Mobile oleh Humas PT. PLN Persero*. 82.
- Al-Hakim, N. (2021). Menata Ulang Bisnis F&B Pasca Pandemi (Studi Kasus: Strategi Komunikasi Pemasaran Sate Taichan “Goreng”). *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 3(2), 85–106. <https://doi.org/10.24076/pikma.v3i2.462>
- Amin, M., & Priansah, P. (2019). Marketing Communication Strategy To Improve Tourism Potential. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, 2(4), 160–166.
- Azima, D. M., Suadnya, W., & Indiyati, D. (2022). Aplikasi Digital Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Madu Trigona Desa Salut Melalui PHP2D. *Journal of New Media and Communication*, 1(1), 16–27. <https://doi.org/10.55985/jnmc.v1i1.4>
- Dewi Nur'aini, R. (2020). PENERAPAN METODE STUDI KASUS YIN DALAM PENELITIAN ARSITEKTUR DAN PERILAKU. In 92 *INERSIA* (Vol. 1).
- Effendy, O. U. (2001). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Fagita, A. R., & Sudrajat, R. H. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran ChatAja Messenger (PT. Telekomunikasi Indonesia) di Media Sosial. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 13–22.
- Gani, A. G. (2018). Pengenalan Teknologi Internet Serta Dampaknya. *Jurnal Sistem Informasi Universitas Suryadarma*, 2(2).
- Ghaisan, C. O., & Afifi, S. (2013). The Implementation Of Digital Marketing Communication Strategy In Cultural Tourism: A Case Study In Yogyakarta. *The Indonesia Journal Of Communication Studies*, 15(1), 66–86.
- Gita, L. T., & Dini, A. F. S. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dsporaparbud Kabupaten Purwakarta Melalui Media Aplikasi Sampurasun Dalam Mempromosikan Pariwisata. *Jurnal LINIMASA*, 3(1), 13–18.
- Hanafi, M. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Rokan Hulu Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata Pada Objek Wisata Airpanas Hapanasan. *Jom Fisip*, 3(1), 1–15.
- Kriyantono, R. (2013). *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktek*.

Kusuma, M. H., & Rahim, S. E. (2021). The Effectiveness of The New PLN Mobile Application in Improving Service Quality, Customer Satisfaction, and Electrifying Lifestyle During The New Normal Period in Tanjung Pandan City. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 913(1).

Layanan.pln.co.id

Lazarević-Moravčević, M. (2019). Characteristics of Marketing Communication Strategy of a Small Enterprise. *Economic Analysis*, 52(2), 104–112. <https://doi.org/10.28934/ea.19.52.2.pp104-112>

LinovHR. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Pengertian, Tujuan & Manfaat untuk Perusahaan*.

Mardiyanto, D., & Giarti. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(1), 60–66.

Misdriyana, M. (2017). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS PARIWISATA PEMETINTAH KOTA MAKASSAR DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGARA DI KOTA MAKASAR*. UIN Alaudin Makasar.

Morissan. (2010). Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. In *Pranadamedia Group*. <https://doi.org/10.23917/benefit.v1i1.2363>

Muryono, D. A. (2022). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi PLN Mobile sebagai Implementasi E-Service Quality dalam Transformasi Digitalisasi Pelayanan PT. PLN (Persero) terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di PT. PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Sulawesi Selatan Tenggara Barat*. Universitas Hasanuddin.

Nawawi, H. (2007). *Metode Penelitian di Bidang Sosial*. Gadjah Mada University Press.

NILAMSARI, N., FEBRYANSYAH, A., & TORUAN, R. R. (2021). Integrated Marketing Communications Activities of Reddoorz Indonesia: a Strategy To Preserve the Business During Covid-19 Pandemic. *Community Empowenment In Tourism & Creative Economy*, 3(1), 427–431. <https://doi.org/10.33068/iccd.vol3.iss1.394>

Pamungkas. (2018). Integrated Marketing Communications 4.0. In *Megatama*.

Permata, E. Y., & Ashrianto, P. D. (2021). Delta FM Jogja's Marketing Communication Strategy In Maintaining Its Existence In The Special Region Of Yogyakarta. *The Indonesia Journal Of Communication Studies*, 14(1), 57–74.

- Prasetyo, B. D. (2018). Komunikasi Pemasaran Terpadu Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru. In *UB Press*.
- Priyo, S., & Sri, S. D. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 16–29.
- Ruslan, R. (2003). *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*. PT. Raja. Grafindo Persada.
- Sari, V. M., & Anshori, A. (2021). Marketing communication strategy Sawah Pematang Johar tour in improving tourist visits. *Commicast*, 3(1), 113–120. <https://doi.org/10.12928/commicast.v3i1.3616>
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (1992). *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in The Mass Media*. Longman.
- Usman, H. (2009). *Metodologi Penelitian Sosial*. Bumi Aksara.
- Widyastuti, S. (2017). Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu. In *UB Press*.
- Yanti Andriani, N., Hanis, R., Hamzah, R., Yusuf, M., Bima, S., PASIM Sukabumi, S., Pontianak, I., Bisnis Indonesia, S., & Bandung, S. (2023). Grand Preanger Bandung Effective Marketing Communication Strategy in the Staycation Program. *Jurnal Ekonomi*, 12(01), 48–53.
- Yuliana, S., Norisanti, N., & Mulia, F. (2019). Peran Kualitas Pelayanan dengan Aplikasi PLN Mobile dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 1(2), 356–364. <https://doi.org/10.31539/jomb.v1i2.698>