

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Jurnal

- Aliudin, E., & Arisanty, Melisa. (2018). *Transformasi Digital Majalah Hai dalam Upaya Mempertahankan Eksistensi Brand*. Widyakala: Journal of Pembangunan Jaya University, 5(2).
- Anderson, T. (2014). *Development Strategy Small States in the Multipolar World View project Papua New Guinea & Pacific Livelihoods View project*. <https://www.researchgate.net/publication/266796823>
- Azman, S. Teuku, Z. Fitrianti. (2019). *Strategi Branding Produk Lokal Wisata Halal Di Aceh*. *Jurnal Manajemen Dan Administrasi Islam*. Al-Idarah, 3(1).
- Busulwa, R., et al. (2022). *Digital Transformation and Hospitality Management Competencies: Toward an Integrative Framework*. *International Journal of Hospitality Management*, Volume 102.
- Cokki, Soelaiman, L., & Puspitowati, I. (2019). Transformasi Digital Merek-Merek Indonesia dalam Bentuk Penempatan Produk pada Web Series di Situs Web Youtube. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 14(1), 155–170
- Dais Sepri, Dasrun, H. (2021). *Branding Produk Memasuki Masa New Normal*.
- Diarta, I., Lestari, P., & Dewi, I. (2016). *Strategi Branding dalam Promosi*
- Erna Susanti, Dimas Perdana Oskar. (2018). *Strategi Branding Dalam Membangun Ekuitas Merek (Studi Kasus : Pusat Oleh-Oleh Kota Padang)*. *Ikraith Ekonomika*, 1(2). Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.
- Fakultas Komunikasi dan Desain, Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya.
- Foroudi, P. (2020). *Corporate Brand Strategy: Drivers and Outcomes of Hotel Industry’s Brand Orientation*. *International Journal of Hospitality Management*, Volume 88.
- Gray, E. R., & Balmer, J. M. T. (1998). *Managing Corporate Image and Corporate Reputation*. *Long Range Planning*, 31(5), 695–702.
- Huang, Y. (2022). *How Marketing Strategy, Perceived Value and Brand Image Influence WOM Outcomes-The Sharing Economy Perspective*. *Journal of Retailing and Consumer Service*, Volume 68.
- Ismaulidina, Juliana Hasibuan, E., & Wal Hidayat, T. (2020). *Strategi Komunikasi Public Relation Dalam Membangun The Role of the Social Service in Dealing with the Problem of Social Violence Against Children in North Sumatra Province*. *Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 2(1), 14–14.
- Kholisoh, N. (2015). *Strategi Komunikasi Public Relations dan Citra Positif Organisasi (Kasus Public Relations Rumah Sakit “X” di Jakarta)*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(3), 195–209.
- Manafe, L., A., & Ardeana, Y. (2022). *Strategy to Increase Brand Awareness Through Public Relations Activities with PENCILS Analysis Method*. *The International Journal of Education, Social Studies, and Management (IJESSM)*, 2(3).
- Mardiana, W., Hamim, & Widayanto, K. (2017). *Strategi Komunikasi Public Relations Dinas Komunikasi Dan Informatika Provinsi Jawa Timur*. *Jurnal Representamen*, 3, 1–6.

- Nastain, Muhamad. (2017). *Branding dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep Branding dan Tantangan Eksistensi Produk)*.
- Rosady, R. (1999). *Praktik dan Solusi Public Relations dalam Situasi Krisis dan Pemulihan Citra | Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak*. <https://inlis.kemennpppa.go.id/opac/detail-opac?id=3578>
- Royyana, A. (2018). *Strategi Transformasi Digital Pada PT. Kimia Farma (Persero) TBK*. In *Jurnal Sistem Informasi Kesehatan Masyarakat*, 3(3).
- Sadullah Hussainy, S. (2019). *Effective Employees' Retention Strategies: Key to Manage Employees' turnover. (A Study of Omani Organizations)*. www.ijrar.org
- Sari, S., & Yulianti, N. (2016). *Komparasi Strategi Brand (Branding) Mystylez Dance Studio Dengan Wannabe Pro Dancer*. 2(1), 314–315.
- Scott M. Cutlip, A. H. C. G. M. B. (2007). *Effective Public Relations : Merancang dan Melaksanakan Kegiatan Kehumasan dengan Sukses -8/E*. Indeks. *Strategy Deployment - Lean Enterprise Institute*. (n.d.). Retrieved July 7, 2023, from <https://www.lean.org/lexicon-terms/strategy-deployment/>
- Syakur, A., & Panuju, R. (2020). *Peran Strategis Public Relation dalam Pengembangan Reputasi Pendidikan Tinggi: Studi Kasus Promosi di Akademi Farmasi Surabaya*. *Briliant: Jurnal Riset dan Konseptual*, 5(1), 128-136
- Tulungen, Evans E. W., Saerang, David P. E., & Maranis, Joubert B. (2022). *Transformasi Digital: Peran Kepemimpinan Digital*. 10(2), 1116-1123.
- Ulfah, H., & Kurniadi, O. (2018). *Corporate Branding PT. Pos Indonesia (Studi Kasus PT. Pos Indonesia dalam Menghadapi Persaingan)*. *Hubungan Masyarakat*, 4(2).
- Wheeler, A. (2009). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. Canada: John Willey & Sons, Inc
- Wibowo, Ahmad Elly. 2018. *Strategi Membangun Brand Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Man 2 Ponorogo*. Tesis. Manajemen Pendidikan Islam IAIN Ponorogo.
- Wiryawan, A. (2021). *Analisis Strategi Public Relations dalam Mempertahankan Citra PT Pos Indonesia (Persero)*. 8(5)
- Zhou, Z., & Li, Z. (2023). *Corporate Digital Transformation and Trade Credit Financing*. *Journal of Business Research*, Volume 160.

Sumber Buku

- Abdurrahman, Fatoni. *Metodologi Penelitian dan Tehnik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT Rinekha Cipta, 2006) Hal 104-105.
- Bungin Burhan. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi metodologis ke arah ragam varian kontemporer / Editor: Burhan Bungin | Perpustakaan UIN Sultan Syarif Kasim Riau*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Gelder, S. V. (2015). *Global Brand Strategy*. London: Kogan Page.
- Hamidi. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UMM Press.
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial : Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif Edisi Kedua*
- Idwan. (2004). *Statistika Untuk Lembaga dan Instansi Pemerintah/Swasta*, Bandung: Alfabeta.
- Lexy J. Moleong. (n.d.). *Metodologi penelitian kualitatif / penulis, Prof. DR. Lexy J. Moleong, M.A. | OPAC Perpustakaan Nasional RI*. Retrieved July 7, 2023, from <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1133305>

- Mulyana, Deddy. (2007). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Patricia E. Nicolino. (2007). *Brand Management – Prenada Media*.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sadat, M. A. (2009). *Brand Belief: Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Kualitatif, Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, Dan Kontruktif*. Bandung: Alfabeta
- Walgito, Bimo. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.

Sumber Website

- Afriyadi, A., D. (2023, 12 Februari). *Terjun ke Digital, Pos Indonesia Tak Lagi Kuno*. *FinanceDetik* (Online). Diakses pada 10 Juli 2023.
- Naurah, N. (2023). *Medsos Jadi Sumber Informasi Masyarakat Indonesia Terbesar 2022*. *GoodStats* (Online). Diakses pada 10 Juli 2023.
- Relations, P. (2023, 11 Februari). *Transformasi Digital Pos Indonesia Dinilai Berada di Jalur yang Tepat*. *PosIndonesia* (Online). Diakses pada 5 Juli 2023.
- Yuniarto, T. (2022, 31 Mei). *PT Pos Indonesia*. *Kompas* (Online). Diakses pada 7 Januari 2023.