DAFTAR PUSTAKA

Annur, C. M. (2021). *Intensitas Penggunaan Internet untuk Mengakses Layanan Pendidikan* .

Apriliani, D., Sari, Y., & Sangun, E. (2023). Pengaruh Kegiatan Marketing Public Relations terhadap *Brand* Image dan Product Knowledge Sepatu Lari Nike. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, *9*(1).

Assaamah, T. M. (2024). Strategi Viral Marketing Melalui Konten Edutainment Clash of Champions by Ruangguru. *JCommSci*, *7*(3).

Assalamah, T. M. (2024). Viral Marketing Strategy Through Edutainment Content Clash of Champions by Ruangguru: Strategi Viral Marketing Melalui Konten Edutainment Clash of Champions by Ruangguru. *JCommsci-Journal Of Media and Communication Science*, *7*(3), 154–169.

Asyharry, A. A. (2023). *Pengaruh Marketing Public Relations pada Media Sosial Instagram Netflix Indonesia terhadap Loyalitas Pelanggan Netflix*.

Bahar, S. C., Raihani, A. H., & Aini, J. D. N. (2022). Pergeseran Minat Masyarakat terhadap Lembaga Bimbingan Konvensional oleh Lembaga Bimbingan Online. *Jurusan Ilmu Ilmu Sosial FISH Universitas Negeri Surabaya, 01*.

Budianti, D. A. (2017). Pengaruh marketing public relations terhadap *brand* positioning (survei pada pac martha tilaar). *Administrator UMN Library*.

Budiati, M. Z. (2017). *Analisis Strategi Marketing Public Relations dalam Mempertahankan Corporate Image TRANS TV*.

Darmawan, A. D. D. (2024). *Peengaruh Kampanye #MakeFetchHappen Terhadap Brand Positioning MadForMakeup*.

Desri, S., Sari, M. C., Fadilla, S. F., Khairani, W., & Sabila, S. S. (2024). Analisis Strategis Public Relations Ruang Guru Dalam Upaya Membangun *Branding* Sebagai Platform Mitra Belajar Daring . *JURNAL EKONOMIKA45* .

Dewi, S. N. K., & Johannes. (2021). Determinan Loyalitas Pengguna Aplikasi Ruangguru Di Kota Jambi Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*.

Erwinda. (2021). *Pengaruh Aplikasi Ruang Guru Terhadap Minat Belajar Siswa SMPN 1 Mantiat Pari Kabupaten Murung Raya Semester Dua Tahun Pelajaran 2020/2021*.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Unversitas Diponogoro.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7

Handayani, T. (2021). *Brand Marketing*. Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.

Haryanto, B. (2023). Peran Marketing Public Relations dalam Keberlanjutan *Brand* Positioning. . *Penerbit Universitas Gadjah Mada.*

Hasan, A. (2008). *Manajemen Pemasaran dan Marketing*. Alfabeta.

Helmiyah, S., & Verdian, A. (2024). Analisis Sentimen Terhadap Minat Belajar pada Tayangan Acara CoC by Ruangguru Berdasarkan Tweets Menggunakan Metode NLP dan Model BERT: Analisis Sentimen Terhadap Minat Belajar pada Tayangan Acara CoC by Ruangguru Berdasarkan Tweets Menggunakan Metode NLP. *Jurnal Pendidikan Rosalia*, *7*(2), 138–149.

Heriyadi. (2018). Strategi Positioning dalam Persaingan Bisnis (Points of Difference dan Points of Parity). - *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, *03*(03).

Hidayat, T. (2015). Pengaruh Marketing Public Relation terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Bandung. *Ekonomi Bisnis & Entrepreneurship*, *9*(2), 102–115.

Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian*. RajaGrafindo Persada.

Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Analisis Regresi dan Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Menggunakan SPSS & SMART-PLS* (Eureka Media Aksara, Ed.).

Kotler, P. (2003). *Marketing Management* (11th ed).

Kotler, P., & Keller, evin L. (2016). *Marketing Management, 15/E. Global Edition*.

Kurniatari, A. S., & Suastika, I. K. (2024). Upaya Meningkatkan Keaktifan Peserta Didik Kelas IV SDN Madyopuro 1 Dengan Menggunakan Media Pembelajaran Interaktif Dengan Clash Of Champion Dari Platform Ruang Guru. *Seminar Nasional Dan Prosiding PPG Unikama*, *1*(2), 1250–1258.

Lestari, D. I., & Kurnia, H. (2023). Implementasi model pembelajaran inovatif untuk meningkatkan kompetensi profesional guru di era digital. *JPG: Jurnal Pendidikan Guru*, *4*(3), 205–222.

Lestari, R. A., & Darmawan, P. (2024). Analisis Dampak Game Show Clash of Champions Terhadap Motivasi Belajar di Kalangan Gen-Z. *Jurnal Studi Pendidikan*.

Lidiawati, K. R., & Adi, C. W. (2019). *Bimbel Online: Pergerseran menuju Era Pendidikan E-Learning*.

Mayasari, I., Wijanarko, A., Risza, H., Kurniaty, D., Apriyana, N., Wiadi, I., & Chadijah. (2020). *Branding*. Univrsitas Paramadina.

Mubarok, J. (2023). Paradigma Positivisme dan Postpositivisme dalam Kebaharuan Penelitian Arsitektur dan Perkotaan. *Jurnal Ilmiah Arsitektur*, *13*(1), 11–21. https://doi.org/10.29080/eija.v4i2

Muksin, N. N., & Krisnawati, W. (2024). Pengaruh Special Event "One Memorable Day With Oh Sehun" Terhadap *Brand* Image Skincare Whitelab (Survey Pada Pengunjung Special Event "One Memorable Day With Oh Sehun"). *Jurnal Ilmu Komunikasi, Soisial Dan Humaniora*, *2*(2).

Mulyaman, D., Wibowo, W. S., & Ismail, A. (2023). *Analysis of South Korean Pop Culture as the National and Social Force in the Globalization Age. Jurnal Studi Sosial Dan Politik*. *7*(2).

Nurhayati. (2021). Peran Marketing Public Relations dalam Meningkatkan *Brand* Awareness Perusahaan XYZ. *Skripsi Universitas Indonesia*.

Patria, N., Nugroho, R., Situngkir, H., Adhiarna, I. N., Kamillah, D. R., Saptaningrum, I. D., Gunawan, F. R., & Utoyo, D. B. (2024). *Satu Dekade Pembangunan Digital Indonesia*. Kementrian Informasi dan Informatika.

Patrick, J. (2019, November). *Peminat "Bimbel Online" Capai Jutaan Orang*. CNN Indonesia.

Pike, S., & Page, S. (2014). *Destination Marketing Organizations and destination marketing: A narrative analysis of the literature.* Queemsland University of Technology.

Pustikayasa, I. M., Permana, I., Kadir, F., Zebua, R. S. Y., Karuru, P., Husnita, L., Pinatih, N. P. S., Indrawati, S. W., Nindiati, D. S., & Yulaini, E. (2023). *TRANSFORMASI PENDIDIKAN: Panduan Praktis Teknologi di Ruang Belajar*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., Bambang, Mochamad Trenggana, A. F., Zulfikar, R., Handayani, T., Kusuma, G. P. E., Triwardhani, D., & Kartika Rini, N. (2021). *Brand Marketing*. Penerbit Widina.

Rahmat, Z. (2022). Marketing Public Relations (MPR) sebagai Strategi Pemasaran yang Efektif di Tengah Pandemi COVID-19. *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara*, *4*(15).

Raraswati, A. (2022). *Pengaruh Pemanfaatan Aplikasi Bimbingan Belajar Online Terhadap Prestasi Belajar Akuntansi Peserta Didik*.

Rasyid, F. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori, Metode, dan Praktek*. IAIN kediri Pres.

Risetya, D. (2021, December). *Belajar Online Makin Populer, Akankah Jadi Pendidikan di Masa Depan?* Mayar Simpel Pay.

Ruslan, R. (2018). *Manajemen Publik Relation dan Media Komunikasi* . RajaGrafindo.

Sabastian, Y. C. I., Kindarto, A., & Fathurrohman, A. (2024). Analisis Sentiment Masyarakat Terhadap Clash of Champions Ruang Guru Menggunakan Metode Support Vector Machine (SVM). *Prosidinng Seminar Nasional UNIMUS*.

Safitri, S. D., & El-Adawiyah, S. (2023). Implementation of Marketing Public Relations at PT Kapitol Era Mas. *Journal of Educational and Cultural Studies*.

Saraswati, A., & Prihadini, D. (2020). Analisis Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Loyalitas Customer Sofyan Hotel (Studi Deskriptif Pada Sofyan Hotel Cut Meutia Menteng Jakarta Pusat). *Jurnal Lugas*, *4*(2), 54–60. http://ojs.stiami.ac.id

Sari, D. R., & Tambunan, S. M. G. (2020). Representasi *Brand* Activation Ruangguru Periode 2018 – 2019. *Jurnal Senirupa Warna*, *8*(1).

Sari, K. A. (2024). Hegemoni "Clash of Champions Ruang Guru" di Tengah Maraknya Tayangan Non Edukatif. *Reftantia, Ghina*.

Sari, K. A., & Reftantia, G. (2024). Hegemoni "Clash of Champions Ruang Guru" di Tengah Maraknya Tayangan Non Edukatif. *Iapa Proceedings Conference*, 130–145.

Septian, M. D., & Leksono, A. B. (2023). *Manajemen Branding*. Universitas Brawijaya Press.

Simbolon, H. F., & Tanjung, S. (2024). Pengaruh Video Pembelajaran Aplikasi Pahamify sebagai Media Belajar terhadap Hasil Belajar Siswa Kelas XI IPA pada Mata Pelajaran Sejarah di SMA Negeri 5 Medan. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, *4*(5), 787–790.

Sintawana, N., Lazirkha, D. P., & Sari, S. N. (2020). Pengaruh Media Pembelajaran Online Berbasis E-learning pada Aplikasi Zenius terhadap Hasil Belajar Siswa SMA. *JI-Tech*, 325323.

Sjahuddin, A. S. (2021). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Ruangguru Dalam Meningkatkan Minat Belajar Peserta Didik Pada Pelajaran Sosiologi Kelas X Di MAN 1 Parepare*.

Srinahyanti, S., Lubis, M. S., & Sari, W. W. (2021). Analisis Usability Google Classroom Sebagai Platform E-Learning Pada Program Studi Pg Paud Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Medan. *ELEMENTARY SCHOOL JOURNAL PGSD FIP UNIMED*, *11*(2), 109–115.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta.

Suradi, A., & WIndarti, H. S. K. (2021). Analisis Pengaruh System Quality, Information Quality, Service Quality Terhadap Net Benefit Pada SI-PMB. *Jurnal Sisfokom*, *10*(2).

Susanto, H. P. (2021). *Pandemi dan Anak Bangsa Menjadi Pintar*. Tsaqiva publishing.

Trout, J., & Ries, A. (2002). *Positioning*. Salemba Empat.

Vanessa, & Gaffar. (2017). *CRM dan MPR Hotel (Customer Relationship Menagement and Marketing Pablic Relations)*. Alfabeta.

Witoko, V. (2021). Aktivitas Marketing Public Relations dalam Membangun *Brand* Positioning di PT Foods Beverages Indonesia. *Jurnal Visi Komunikasi*, *20*(1).