

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Hermawan. 2012. *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Adisasmito, W. (2021). *Satgas Sebut Indonesia Masuk Gelombang Kedua Covid-19*. CNN Indonesia.Com.
<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210630080610-20-661120/satgas-sebut-indonesia-masuk-gelombang-kedua-covid-19>
- Al-Firdaus, I. (2013). *Kiat Hebat Public Relations ala Nabi Muhammad SAW*. Najah.
- Ardianto, E. (2009). *Public Relations Praktis*. Widya Padjadjaran.
- Arief, M., Arief, M. M., & Gahara, K. E. (2017). Kegiatan Marketing Public Relation Toko Polaroid Dalam Membangun Brand Awarenes. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 12(2), 142–151.
<https://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article/view/104>
- Arifin, Z. (2010). *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. Remaja Rosdakarya.
- arimurti, Ayunda, S. H. (2015). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GRAND ORCHID HOTEL SURAKARTA (Studi Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Grand Orchid Hotel Surakarta)*.
- Bardany, S. T., Fourqoniah, F., & Dristiana, K. (2020). *Strategi Marketing Public Relations Hotel Bumi Senyur Samarinda Dalam Meningkatkan Jumlah*

Pelanggan. 8(1), 319–332.

Diayudha, L. (2020). Industri Perhotelan Di Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19: Analisis Deskriptif. *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 3(1).
<https://doi.org/10.30813/fame.v3i1.2166>

Gassing, S. S. & S. (2016). *Public Relations*. Penerbit Andi.

Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori & Praktik*. PT Bumi Aksara.

Hamidi. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. UMM Press.

Hanindharputri, Made A., & Putra, I. K. A. M. (2019). Peran Influencer dalam Strategi Meningkatkan Promosi dari Suatu Brand (The Role of Influencer in Strategies to Increase Promotion of a Brand) Made Arini Hanindharputri dan I Komang Angga Maha Putra. *Sandyakala : Prosiding Seminar Nasional Seni, Kriya, Dan Desain.*, 1(29), 335–343. <http://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/sandyakala/article/view/73>

Haryadi. (2020, April 16). PHRI : 1.642 Hotel Di Indonesia Tutup Sementara Selama Pandemi Covid 19. *Suara.Com*.
<https://www.suara.com/lifestyle/2020/04/21/180000/phri-1642-hotel-di-indonesia-tutup- sementara-selama-pandemi-covid-19?page=all>

Herbawani, C. K., Ruthin, Z. G., Ramadhania, L., Situmeang, A. M. N., & Karima, U. Q. (2021). Pemanfaatan Instagram Live sebagai Sarana Edukasi

Kesehatan Masyarakat di masa Pandemi COVID-19. *Warta LPM*, 24(2), 196–206. <https://doi.org/10.23917/warta.v24i2.12067>

Herlambang, S. (2010). *Public Relations and Customer Service*. Gosyen Publishing.

Humaira. (2019). *Strategi Marketing Public Relations dalam mempromosikan Hotel Grand Suka Pekanbaru*. UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Hutabarat, C. (2021). *Pandemi, Hotel Optimalkan Layanan F&B Online Dan Bersih Rumah*. Beritasatu.Com.
<https://www.beritasatu.com/ekonomi/790845/pandemi-hotel-optimalkan-layanan-fb-online-dan-bersih-rumah>

Iswandi. (2020). *Akibat Pandemi, Pendapatan Hotel Indonesia Anjlok 70 Persen*. Tempo.Com. <https://bisnis.tempo.co/read/1389712/akibat-pandemi-pendapatan-hotel-indonesia-natour-anjlok-70-persen/full&view=ok>

Jefkins, F. (2010). *Public Relations*. PT Erlangga.

Kemenparekraf. (2021). *Tren Pariwisata Di Tengah Pandemi*.
Kemenparekraf.Go.Id. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Tren-Pariwisata-Indonesia-di-Tengah-Pandemi>

Koesmawardhani, N. W. (2020, March 17). Pemerintah Tetapkan Masa Darurat Bencana Corona Hingga 29 Mei 2020. *Detik*.
<https://news.detik.com/berita/d-4942327/pemerintah-tetapkan-masa-darurat-bencana-corona-hingga-29-mei-2020>

- Kotler, B. & J. M. (2002). *Pemasaran Perhotelan dan kepariwisataa, edisi kedua* (p. 604). Prenhallindo.
- Kriyantono, R. (2008). *Public Relations Writing Edisi Kedua : Teknik Produksi Media Public Relations Dan Publisitas Korporat*. Kencana Prenada Media Group.
- Marnelly, T. R. (2012). Corporate Social Responsibility (CSR): tinjauan teori dan praktek di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 2(2), 49–59.
- Maryam. (2017). Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Jumlah Tamu Hotel Pantai Marina Bengkalis. *Jom Fisip*, 4(2), 1–19.
- Moleong, L. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Nugroho, J. S. (2020). *Ini Cara PR Hotel Hadapi Krisis Covid-19*. Humas Indonesia. <https://humasindonesia.id/berita/ini-cara-pr-hotel-hadapi-krisis-covid-19-348>
- Nurrahman, M. A. (2015). *Strategi Marketing Public Relations the Sun Hotel Sidoarjo Pada Publik Konsumen*. 4(2), 287–302.
- Putri, A. G., & Setiawati, S. D. (2021). Loyalitas Pendengaran Radio Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Purnama Berazam*, 2, 96–110.
- Ruslan, R. (2005). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. PT Rajagrafindo

Persada.

Ruslan, R. (2008). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. PT

Rajagrafindo Persada.

Sebayang, R. (2020). Awas ! WHO Akhirnya Tetapkan Corona Darurat Global.

CNBN Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200131060856-4-134146/awas-who-akhirnya-tetapkan-corona-darurat-global>

Suparno, L. (2011). *Aspek Ilmu Komunikasi dalam Marketing Public Relations*.

PT Indeks.

Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Andi Offset.

Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial

Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>

Wicaksono, S. sugeng. (2020). *Analisis Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap*

Bisnis Hotel Syariah di Yogyakarta. universitas islam indonesia.

Yusran, M. (2020). *Bisnis MICE Masih Belum Bergerak Signifikan*.

Kontan.Co.Id. <https://industri.kontan.co.id/news/bisnis-mice-masih-belum-bergerak-signifikan>