

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Moh. Samsul. (2021). *Strategi Komunikasi Branding Perguruan Tinggi*. Al Ibrah, Vol. 6, No.1, Hal. 71-102. Diambil dari <https://ejournal.stital.ac.id/index.php/alibrah/article/download/125/101>
- Attri, Rekha. (2013). *Brand Activation: The Mantra for Success in Times to Come. Facing Challenges in the Era of Globalization*. New Delhi: Excellent Publishing House. Diambil dari SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2290425>
- Aula, Hanna-Mari., Janne, Tienari. (2011). *Becoming "World-Class"? Reputation Building in a University Merger*. *Critical Perspectives on International Business*, Vol.7, No. 1, Hal. 7-29. Diambil dari [https://www.researchgate.net/publication/242348970\\_Becoming\\_world-class\\_Reputation-building\\_in\\_a\\_university\\_merger](https://www.researchgate.net/publication/242348970_Becoming_world-class_Reputation-building_in_a_university_merger)
- Bryson, John M. (2004). *Strategic Planning for Public and Nonprofit Organizations 3<sup>rd</sup> Ed.* USA: Jossey-Bass
- Bryson, John M. (2008). *Strategic Planning for Public and Nonprofit Organizations*. Terjemahan: M. Miftahuddin. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Chambers, Robert. 1992. "Rural Appraisal: Rapid, Relaxed and Participatory". IDS Discussion Paper 311, IDS, Sussex.
- Creswell, John W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches 4<sup>th</sup> Ed.* California: SAGE Publications.
- David, Fred R., David, Forest R. (2017). *Strategic Management Concepts and Cases, a Competitive Advantage Approach*. United States of America: Pearson
- Denzin, Norman K. dan Lincoln, Yvonna S. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research Fifth Edition*. California: SAGE Publications.
- Dewi, Mutia. (2019). *Komunikasi Pemberdayaan*. Yogyakarta: Komunikasi UII
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Emzir. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Data Analisis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hales, David. (2010). *An Introduction to Triangulation*. Geneva: UNAIDS.

- Indardi. (2016). *Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat*. Bandung: Unpad Press
- Kartasasmita, Ginandjar. (1997). "Pemberdayaan Masyarakat: Konsep Pembangunan yang Berakar pada Masyarakat". Makalah. Sarasehan DPD Golkar Jawa Timur, Surabaya, 14 Maret 1997.
- Kemmis, Stephen dan Robin, McTaggart. (2009). "Participatory Action Research". Norman K. Denzin & Yvonna S. Lincoln (eds.). *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks: Sage Publications
- Keller, Kevin Lane. (2013). *Strategic Brand Management. Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Harlow: Pearson.
- Kusumah, Echo Perdana., Yusuf, Syamsu. (2020). *Perspektif Mahasiswa terhadap Kualitas "Branding" Perguruan Tinggi. Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, Vol. 8, No. 1, Hal. 25 – 33. Diambil dari <https://journal.uny.ac.id/index.php/jamp/article/view/30132/13735>
- Mikkelsen, Britha. (2003). *Metode Partisipatoris dan Upaya-Upaya Pemberdayaan: Sebuah Buku Pegangan bagi Para Praktisi Lapangan*. Terj. Matheos Nalle. Yayasan Obor Indonesia: Jakarta.
- Miles, Matthew B. dan A. Michael Huberman. (1994). *Qualitative Data Analysis*. USA: SAGE Publications.
- Murdiyanto, Eko. (2020). *Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal)*. Yogyakarta: LP3M UPN "Veteran" Yogyakarta Press.
- Mohammed, Rosli., Bungin, Burhan. (2022). *Audit Komunikasi. Pendekatan dan Metode Asesmen Komunikasi dalam Organisasi*. Jakarta: Kencana.
- Nazaruddin, Muzayin dan Habibi, Zaki. (2011). *Merekam Budaya Lokal, Menggerakkan Perubahan Sosial: Pembelajaran Pendokumentasian Budaya Lokal melalui Produksi Karya Multimedia Berbasis Komunitas Pemuda*. Yogyakarta: Penerbit Komunikasi UII
- Rinawati, R. (2009). *Komunikasi dan Pemberdayaan Masyarakat*. Bandung: Unpad Press.
- Soetomo. (2015). *Pemberdayaan Masyarakat Mungkingkah muncul Antitesisnya?*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono., Lestari, Puji. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Alfabeta
- Yin, Robert K. (2019). *Studi Kasus, Desain, dan Metode*. Jakarta: PT Grafindo Persada.

- Dissanayake, Ravindra., Gunawardane, Nisal. (2018). *Brand Activation: A Review on Conceptual and Practice Perspectives*. *Asian Social Science*, Vol. 14, No. 8, Hal. 37 – 43.
- Gunawardane, Nisal., DK, Thilina. (2020). *Brand Activation in Driving Customer Engagement: Theoretical and Practice Review*. *The International Journal of Business & Management*, Vol. 8 Issue 5, Hal 69 – 73.
- Setyowati, Yuli. (2019). *Komunikasi Pemberdayaan sebagai Perspektif Baru Pengembangan Pendidikan Komunikasi Pembangunan di Indonesia*. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, Vol. 17, No. 2, Hal. 188 – 199. Diambil dari <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalkmp/article/view/26849>
- Saeed, Rashid., Zameer, Hashim., Tufail, Sajid., Ahmad, Iftikhar. (2015). *Brand Activation: A Theoretical Perspective*. *Journal of Marketing and Consumer Research*, Vol.13. Diambil dari <https://iiste.org/Journals/index.php/JMCR/article/view/24494>
- Puspitasari, Lia. (2008). *Brand Activation of Dagadu Djokdja (Case Study of Development of Dagadu Djokdja Brand Activation Year 2005-2007)*. Skripsi Sarjana. Universitas Gajah Mada, Yogyakarta. Diambil dari [https://www.academia.edu/1760854/Brand Activation of Dagadu Djokdja Case Study of Development of Dagadu Djokdja Brand Activation Year 2005 2007](https://www.academia.edu/1760854/Brand_Activation_of_Dagadu_Djokdja_Case_Study_of_Development_of_Dagadu_Djokdja_Brand_Activation_Year_2005_2007)
- Sugiharso, Devintya Eka., Setianingrum, Vinda Maya. (2021). *Manajemen Humas Perguruan Tinggi Negeri untuk Mewujudkan Reputasi Brand “World Class University” (Studi Kasus di Universitas Gadjah Mada)*. *The Commercialium*, Vol. 4 No. 3, Hal. 51-61. Diambil dari <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercialium/article/view/42392>
- Yanti, Fitri., Amaliah, Eni. (2021). *Strategi Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat pada Perguruan Tinggi Islam*. *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 11 No. 1. Hal. 105-124. Diambil dari <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/jki/article/view/717>
- Setyanto, Yugih., Anggarina, Paula T., Valentina, Anny. (2017). *Branding yang Dilakukan Humas pada Perguruan Tinggi Swasta*. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, Vol. 1, No. 1, Hal. 171-182. Diambil dari [https://linter.untar.ac.id/repository/penelitian/buktipenelitian\\_10908007\\_5A170122153003.pdf](https://linter.untar.ac.id/repository/penelitian/buktipenelitian_10908007_5A170122153003.pdf)

Setiabudi, Mohammad Alfian Nur. (2019). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Aspek Komunikasi Pembangunan untuk Pengadaan Sarana Air Minum (Studi Pada Warga Penerima Program Yayasan Kaganangan Banua di Desa Sindang Jaya Kecamatan Cintapuri Darussalam Kabupaten Banjar)*. Jurnal Mutakallimin, Vol. 2, No. 1, Hal. 30-40. Diambil dari <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/mutakallimin/article/view/3418>

Rasyid, Erwin., Tunggal, Ade Putranto Prasetyo Wijiharto. (2022). *Strategi Brand Activation Perguruan Tinggi Muhammadiyah Aisyiyah di masa pandemic COVID-19*. Profesi Humas, Vol. 6 No. 2, Hal. 178-196. Diambil dari <https://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas/article/view/30565>

### **Internet**

Adit, Albertus. (2021, 8 Maret). Ini Daftar 107 Kampus Swasta di Yogyakarta Anggota Aptisi V DIY. Diakses pada November 2022, dari <https://edukasi.kompas.com/read/2021/03/08/140600271/ini-daftar-107-kampus-swasta-di-yogyakarta-anggota-aptisi-v-diy?page=all>

<https://www.topuniversities.com/university-rankings/asian-university-rankings/2022>

<https://www.uui.ac.id/profil/sejarah/>