

DAFTAR PUSTAKA

- HUSNA, A. (2018). *Strategi Komunikasi Bisnis El-Hanief Dalam Upaya*. Banda Aceh: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Nurjaman, K. (2014). *Manajemen Personalia*. In P. Setia.
- Rahmadhani, Y. (2017). *Strategi Branding Portal Online Www.Tripriau.Com Dalam Membangun Brand Awareness Sebagai Portal Online Pariwisata Provinsi Riau*. *JOM FISIP Vol. 4 No. 1*, 6-7.
- Rosilawati, Y. (2008). *Employee Branding Sebagai Strategi Komunikasi Organisasi Untuk Mengkomunikasikan Citra Merek (Brand-Image)*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 155-156.
- Shahreza, M. (2018). *Implementasi Teori Difusi Inovasi Pada Gerakan Bank Sampah*. 4.
- Susilawati, I. M., & Harun, M. (2017). *Analisis Swot Sebagai Dasar Strategi Branding Pada Madrasah Ibtidaiyah Alhidayah, Cireunde, Ciputat*. *Tarbawi*, 117.
- Asfitri, M. K. (2017). *Motivasi Prestasi Mahasiswa Yang Berhasil Menjadi Duta Pendidikan Dan Budaya Sumatera Selatan Pada Mahasiswa Uin Raden Fatah Palembang*. Palembang.
- Bkkbn. (2019). *Duta Genre Indonesia*. Retrieved From Duta Genre Indonesia: [Http://Www.Ganreindonesia.Com](http://www.ganreindonesia.com)
- Hapsari, O. P. (2019). *Remaja Indonesia, Jadilah Generasi Berencana*. Retrieved From Indonesiabaik.Id: [Http://Indonesiabaik.Id](http://Indonesiabaik.Id)
- Husna, A. (2018). *Strategi Komunikasi Bisnis El-Hanief Dalam Upaya*. Banda Aceh: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Kadar Nurjaman, S. M., & Khaerul Umam, S. M. (2012). *Komunikasi & Public Relations*. Bandung: Pustaka Setia.
- Lestari, A. (2020). *Peran Duta Genre Unit Kegiatan Mahasiswa (Ukm) Pik Sahabat Sebagai Role Model Terhadap Pencegahan Pergaulan Bebas Mahasiswa Uin Raden Intan Lampung*. *Ejurnal.Redenintan.Ac.Id*, 53-54.
- Nurjaman, K. (2014). *Manajemen Personalia*. In P. Setia.

Public, B. I. (2019, Februari 15). *Pemilihan Duta Genre Kota Malang*. Retrieved From Malangkota.Go.Id: [Http://Malangkota.Go.Id](http://Malangkota.Go.Id)

Rachmat Kriyantono, P. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri.

Rahmadhani, Y. (2017). Strategi Branding Portal Online Www.Tripriau.Com Dalam Membangun Brand Awareness Sebagai Portal Online Pariwisata Provinsi Riau. *Jom Fisip Vol. 4 No. 1*, 6-7.

Rosilawati, Y. (2008). Employee Branding Sebagai Strategi Komunikasi Organisasi Untuk Mengkomunikasikan Citra Merek (Brand-Image). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 155-156.

Saputra, A. (2014). *Duta Genre : Cara Cerdas Tekan Kelahiran Arus Deras*. Kompasiana.

Shahreza, M. (2018). Implementasi Teori Difusi Inovasi Pada Gerakan Bank Sampah. 4.

Susilawati, I. M., & Harun, M. (2017). Analisis Swot Sebagai Dasar Strategi Branding Pada Madrasah Ibtidaiyah Alhidayah, Cireunde, Ciputat. *Tarbawi*, 117.

UNS. (2018, April 27). *Duta Genre UNS siap Sebarkan Kebaikan*. Retrieved from Universitas Sebelas Maret: <http://uns.ac.id>

Yulianti, D. (2017). Lampung, Peran Duta Genre Unit Kegiatan Mahasiswa (Ukm) Pik Sahabat Sebagai Role Model Terhadap Pencegahan Pergaulan Bebas Mahasiswa Uin Raden Intan. *jurnal analisis sosial politik*, volume 1 No 2.