

DAFTAR PUSTAKA

Literatur Buku:

- Ardianto, E. (2011). *Handbook of Public Relations* (N. Nurbaya (ed.); Cetakan ke).
Cutlip, A. C. & M. B. (2006). *Effective Public Relations* (Edisi Kese). Kencana
Predana Media Group.
- Effendy, O. U. (1986). *Dimensi-Dimensi Komunikasi* (Pertama). PT Alumni.
- Gassing, S. (2016). *Public Relations* (Seno (ed.); Pertama). CV. ANDI OFFSET.
- Gunawan, I. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif* (Suryani (ed.); Cetakan ke). PT
Bumi Aksara.
- Hafied Cangara, H. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (K. Putra (ed.); Kedua).
Rajawali Pers.
- Jefkins, F. (2003). *Public Relations* (N. Mahanani (ed.); Kelima). Erlangga.
- McQuail, D. (2011). *Mcquail's Mass Communication Theory* (P. Izzati (ed.); Enam).
Salemba Humanika.
- Nofrion. (2016). *Komunikasi Pendidikan* (E. Wahyudin (ed.); Pertama). KENCANA.
- Onggo, B. (2004). *Cyber Public Relations* (Pertama). PT Elex Media Komputindo.
- Purba, B. (2020). *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar* (S. Janner (ed.); Pertama).
Yayasan Kita Menulis.
- Ruslan, R. (2010). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* (Sepuluh).
PT Raja Grafindo Persada.
- Suprawoto. (2018). *Government Public Relations* (N. Gunarjo (ed.); Pertama).
Prenadamedia Group.
- West, Richard & Turner, L. (2013). *Pengantar Teori Komunikasi (Analisis dan
Aplikasi)* (N. Setyaningsih (ed.); Ketiga bel). Salemba Humanika.

Literatur Skripsi dan Jurnal:

- Mahendra, T. S. (2019). Strategi Humas Pemerintah Kota Surakarta Dalam
Mempublikasikan Sipa Mahaswara. *Communication Studies, Vol 5*(bagaimana
strategi Humas Pemkot Surakarta mempublikasikan SIPA Mahaswara dengan
menggunakan model strategi komunikasi), 12.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37535/101005120183>
- Rahman, Aulia & Sjoraida, F. (2017). Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten

- Subang Menyosialisasikan Gerakan Pembangunan Untuk Rakyat Infrastruktur Berkelanjutan. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 5, 136.
- Chitra, B., & Oktavianti, R. (2019). Strategi Digital Public Relations Pegiat Podcast dalam Membangun Brand Engagement (Studi Kasus dalam Podcast Duo Budjang). *Prologia*, 3(2), 532. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6413>
- Syahputra, A., & Fuady, M. (2019). Strategi Digital Public Relations pada INFOBDG (Studi Kasus Mengenai Strategi Digital Public Relations pada InfoBDG dalam Mempertahankan Eksistensi Corporate Image). *Prosiding Hubungan Masyarakat*, Vol 5, 7.
- Rasyid, R. (2016). *Strategi Public Relations HijUp.com dalam Memasarkan Busana Muslim*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Tamara, J., & Setyanto, Y. (2018). Strategi Public Relations dalam Membangun Brand Image Jamu (Studi Pada Suwe Ora Jamu Kedai Jamu & Kopi). *Prologia*, 2, 377–384. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3715>
- Aprianta, G. (2014). Strategi Cyber Public Relations dalam Pembentukan Citra Institusi Pendidikan Tinggi Swasta. *Journal The Messenger*, Vol 6, 7. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26623/themessenger.v6i1.161>
- Fortunato, J. (2000). Public Relations Strategies for Creating Mass Media Content: A Case Study of the National Basketball Association. *Public Relations Review*, Vol 26(4), 481–497. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0363-8111\(00\)00060-6](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0363-8111(00)00060-6)
- Kim, J. Y., & Molleda, J. (2011). *A Quantitative Analysis of Governments' Use of Interactive Media as a Global Public Relations Strategy*. Vol 5, 24. <https://prjournal.instituteforpr.org/wp-content/uploads/2011KimMolleda.pdf%0D%0D%0A>
- Roslina. (2018). Strategi Cyber Public Relations dalam Memanfaatkan Media Sosial untuk Membangun Citra Perusahaan. *Prologia*, Vol 2, 480–486. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3733>
- Wahid, U., & Budianto, A. (2017). Cyber Public Relations for Building Image Restoration of President of Indonesia Joko Widodo Based on Blasphemy Case of Jakarta Governor Candidate Basuki Tjahaja Purnama (Ahok). *Communications*, Vol 5, 6. <https://doi.org/https://doi.org/10.21834/ebpj.v5iSI1.2295>

Shabrina, A. (2017). *Strategi Public Relations Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam Penyebaran Informasi Program Student Exchange Secara Online*. Universitas Telkom.

Syahputra, A., & Fuady, M. (2019). Strategi Digital Public Relations pada INFOBDG (Studi Kasus Mengenai Strategi Digital Public Relations pada InfoBDG dalam Mempertahankan Eksistensi Corporate Image). *Prosiding Hubungan Masyarakat, Vol 5, 7*.

Yumikosari, M., & Purnama, H. (2017). Strategi Cyber Public Relations Website E-Marketplace (Studi Deskriptif pada Website E-Marketplace Jual Beli Hasil Laut Pasarlaut.com). *Communication Studies, Vol 3, 9*.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.10358/jk.v3i1.250>

Literatur Online:

Apple. (2021). *Untuk Penggemar Podcast*.
<https://www.apple.com/id/itunes/podcasts/fanfaq.html> (diakses pada 8 Januari 2021 pukul 00.40 WIB)

Zaenudin, A. (2017). *Hikayat Podcast*. Tirto.Id. <https://tirto.id/hikayat-podcast-cufm>
(Diakses pada tanggal 12 Oktober 2020 pukul 00.43 WIB)

Rane. (2019). *Survey Podcast Indonesia 2019*. Suarane.Org. (Diakses pada 2 November 2020 pukul 21.47)

<https://www.facebook.com/halokotabdg/posts/2933033476915316> (Diakses pada tanggal 22 Juli 2021 Pukul 11.46 WIB)

<https://www.instagram.com/stories/highlights/17909749846384595/> (Diakses pada tanggal 22 Juli 2021 pukul 11.52 WIB)

https://twitter.com/halo_bandung/status/1254616078979923968?s=21 (Diakses pada tanggal 22 Juli 2021, pukul 11.57 WIB)

https://www.researchgate.net/publication/308513901_Penggunaan_Media_Sosial_bagi_Humas_di_Lembaga_Pemerintah (Diakses pada tanggal 17 April 2021 pukul 12.51 WIB)