

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ahmadi, R. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media
- Ardianto, E. (2010). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Arifin, A. (2020). *Paradigma Baru Public Relations : Teori, Strategi, dan Riset*. Depok : Rajawali Pers
- Atmadja, N., Putu, L. (2018). *Sosiologi Media Perspektif Teori Kritis*. Depok: Rajawali Pers
- Darmastuti, R. (2012). *Media Relations: Konsep, Strategi & Aplikasi*. Yogyakarta : CV ANDI OFFSET
- Hairunnisa, H., Ajar, B., & Humas, P. (2018). *Pengantar Humas*. Sidoarjo : Indomedia Pustaka. [www.indomediapustaka.com](http://www.indomediapustaka.com)
- K Yin, R. (2011). *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Manzilati, A. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif : Paradigma, Metode, dan Aplikasi*. Malang : Universitas Brawijaya Press
- Morrison. (2013). *Teori Komunikasi tentang Komunikator, Pesan, Percakapan, dan Hubungan (Interpersonal)*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Nasrullah, Rulli. (2021). *Manajemen Komunikasi Digital : Perencanaan, Aktivasi dan Evaluasi*. Jakarta : KENCANA
- Putra, Dedi. (2015). *Komunikasi CSR Politik : Membangun Reputasi, Etika, dan Estetika PR Politik*. Jakarta : KENCANA PRENADAMEDIA GROUP
- Rachmawati, I., Millayani, H., & Ariyanti, M. (2021). *Pemasaran Melalui Media Sosial untuk Usaha Mikro Kecil Menengah*. Bandung: Tel-U Press
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Yogyakarta : Deepublish
- Salim, A. (2006). *Teori & Paradigma Penelitian Sosial, Edisi Kedua*. Yogyakarta : Tiara Wacana
- Syahputra, I. (2019). *Media Relations: Teori, Strategi dan Intelijen*. Depok : PT. RajaGrafindo Persada
- Yunus, U. (2019). *DIGITAL BRANDING : Teori dan Praktik*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media

## Skripsi dan Jurnal

- Adam, Argi. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Persib Bandung dalam Membangun Brand Image sebagai Klub Sepak Bola Profesional. Skripsi. Bandung : Universitas Telkom
- Aditama, A. (2017). Strategi Komunikasi Dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi Deskriptif Strategi Komunikasi Pemasaran Guteninc melalui akun Instagram @Guteninc dalam membangun Brand Image). Skripsi. Bandung : Universitas Telkom.
- Anggraeni, N., Siswoyo, M., & Nurfalih, F. (2014.). Strategi Public Relations Dalam Mendukung Pemasaran Pembangkit Listrik Nasional PLN. Jakarta : Universitas Islam Negeri Jakarta
- Arifianti, N dan Nunuk Adiarni, (2019). Pengelolaan Media Sosial pada Usaha XYZ. Jakarta: Universitas Islam Negeri Jakarta. <https://jurnal.uinjkt.ac.id>
- Artis, S. (2011). STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS. Jurnal Sosial Budaya, Vol. 8 No.02
- Azzahra, Eisyah. (2021). Tropical Adventure Sebagai Strategi Digital Public Relation Untuk Meningkatkan Citra Brand Eiger. Skripsi. Bandung : Universitas Telkom
- Dwi, E., & Watie, S. (2011). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). The Messenger
- Febriani, M., Lubis, E. E., & Si, M. (2014). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE PADA MEDIA SOSIAL TWITTER @PekanbaruCo. In JOM FISIP (Vol. 02).
- Ida, H., & Wijaya, S. (2014). PUBLIC RELATIONS SEBAGAI PROFESI: Vol. XVI (Issue 2).
- Indrawan, J., & Ilmar, A. (n.d.). KEHADIRAN MEDIA BARU (NEW MEDIA) DALAM PROSES KOMUNIKASI POLITIK.
- Isa Mulyadi, A., & Zuhri, S. (2020). ANALISIS STRATEGI BRAND IMAGE KEDAI KOPI “MOENG KOPI” MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. Jurnal Ilmu Komunikasi, 10(2). <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK>
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2019). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. Jurnal Manajemen Komunikasi, 3(1), 18. <https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>
- Macnamara, J., & Zerfass, A. (2012). Social Media Communication in Organizations: The Challenges of Balancing Openness, Strategy, and Management. International Journal of Strategic Communication, 6(4), 287–308. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2012.711402>

- Mi'raj, Muhammad. (2021). Analisis Pemanfaatan Instagram @kerisdigdayatelkom Sebagai Media Komunikasi Dan Informasi Telkom Regional IV. Skripsi. Bandung : Universitas Telkom
- Mizanie, D., & Irwansyah, I. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Kehumasan Digital Di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 149–164. <https://doi.org/10.21107/komunikasi.v13i2.5099>
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE MELALUI SOSIAL MEDIA INSTARGRAM (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran produk polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). In *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial* (Vol. 4, Issue 1).
- Nasyroh,F. (2020). Strategi Pengelolaan Instagram @infoponorogo Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Ponorogo. Skripsi. Institut Agama Islan Negeri (IAIN) Ponorogo.
- Oktaviani, F. (2018). Strategi Branding Public Relations. In *Jendela Alam" ... MediaTor* (Vol. 11, Issue 2).
- Pienrasmi, H., Pascasaijana, A., & Komunikasi, I. (2015). P e m a n f a t a n Social Media oleh P rak tisi Public Relations di Y o g y a k a r t a (Vol. 9, Issue 2). <http://bisnis.news.viva.co.id/news/read/395508->
- Pratiwi, A. (2021). Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Pemkot Bandung Di Masa Pandemi Covid-19. Skripsi. Bandung: Universitas Telkom.
- Primarnie, A. (2015). REPOSISI PERAN DAN FUNGSI STRATEGIS PUBLIC RELATIONS. *Jurnal Lentera Komunikasi*, vol. 1.
- Puspita, Y. (2015). Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay The Usage of New Media to Simplify Communication and Transaction of Gay Prostitute. In *Jurnal Pekommas* (Vol. 18, Issue 3).
- Putri Pratiwi, A., & Sufyan Abdurrahman, M. (n.d.). Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Pemkot Bandung Dalam Masa Pandemi Covid-19. <https://iprahumas.id/detailpost/public->
- Putri, Kharisma dan Andre N.Rahmanto. (2019). Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra RSUD Dr.Moewardi. Surakarta Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif (Vol. 17, Issue 33).
- Rinaldi, R., & Hernawati, R. (n.d.). Aktivitas Digital PR Humas Kota Bandung sebagai Media Informasi dan Publikasi Digital PR Activities of Humas Kota Bandung as a Media of Information and Fenomena media sosial bisa dibilang telah menjadi kebutuhan sebagian besar publik karena dapat meng. (3), 162–170.
- Rizkiananda, Vinka. (2021). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Penyebaran Informasi Pemerintah Kota. Skripsi. Bandung : Universitas Telkom

Sebayang, Gemalel. (2017). Strategi Promosi Brand Lokal General Culture Melalui Instagram (Studi Deskriptif Brand Image General Culture Melalui akun @generalculture). Skripsi. Bandung : Universitas Telkom

Soekarno, Havid. (2018). Brand Image Konveksi Kibo Industries Melalui Media Sosial Instagram. Skripsi. Bandung : Universitas Telkom

Talika, F. T. (2016). Manfaat Internet Sebagai Media Komunikasi Bagi Remaja Di Desa Air Mangga Kecamatan Laiwui Kabupaten Halmahera Selatan. E-Journal

Yosephine, M., & Diniati, A. (2021). Strategi public relations Sinar Mas Land dalam membangun brand image perusahaan. *Profesi Humas*, 5(2), 208–228.

### **Internet**

Kemp, Simon. (2021). Digital 2021 : Indonesia. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia> (Diakses pada tanggal 13 Oktober 2021, pukul 21.20 WIB)