

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, A. M. (2018). Personal Branding Remaja di Era Digital. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 11(1), 20–30. <https://doi.org/10.29313/mediator.v11i1.3626>
- Badu, Q. S., & Djafri, N. (2017). *Kepemimpinan & Perilaku Organisasi*. Gorontalo: Ideas Publishing.
- Broom, G. M., & Sha, B.-L. (2013). *Cutlip & Center's Effective Public Relations* (11th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi* (Revisi). Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). California: SAGE Publications, Inc.
- Direktorat Pengelolaan Media, K. K. dan I. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*. Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Kriyantono, R. (2021). *Best Practice Humas (Public Relations) Bisnis dan Pemerintah: Manajemen Humas, Teknik Produksi Media Publisitas & Public Relations Writing*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Lindenmann, W. (2003). *Guidelines for Measuring The Effectiveness of PR Programs and Activities*. 8400(352), 1–27. http://www.instituteforpr.org/wp-content/uploads/2002_MeasuringPrograms.pdf
- Luttrell, R. (2015). *Social media: how to engage, share, and connect*. London: Rowman & Littlefield.
- Moeleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mohammad, M. (2016). *Filsafat Ilmu: Kajian Atas Asumsi Dasar, Paradigma, dan Kerangka Teori Ilmu Pengetahuan*. Yogyakarta: LESFI.
- Morissan. (2019). *Riset Kualitatif*. Jakarta: KENCANA.
- Nasrullah, R. (2021). *Manajemen Komunikasi Digital: Perencanaan, Aktivitas, dan*

Evaluasi. Jakarta: KENCANA.

- Oliver, S. M. (2004). *Handbook of Corporate Communication and Public Relations*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203414958>
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81–95. <http://dx.doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Srihasnita, R., & Setiawan, D. (2018). Strategi Membangun Personal Branding Dalam Meningkatkan Performance Diri. *Selodang Mayang: Jurnal Ilmiah Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir*, 4(1), 19–25. <https://doi.org/10.47521/selodangmayang.v4i1.85>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprawoto. (2018). *Government Public Relations: Perkembangan dan Praktik di Indonesia*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Sutherland, K. E. (2021). *Strategic Social Media Management: Theory and Practice*. Singapore: Springer Nature Singapore Pte Ltd. <https://doi.org/10.1007/978-981-15-4658-7>
- Theaker, A. (2012). *The Public Relations Handbook* (4th ed.). London: Routledge.

Skripsi Terdahulu

- Amani, Z. (2021). *Strategi Humas Pemerintah Kota Bandung dalam Meningkatkan Jumlah Viewers Youtube “Halo Bandung”* [Universitas Telkom]. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/169593/slug/strategi-humas-pemerintah-kota-bandung-dalam-mengelola-akun-youtube-halo-bandung-.html>
- Cyntia, N. M. (2019). *Strategi Public Relations dalam Meningkatkan Pelayanan Pengguna KRL Commuter Line Melalui Facebook dan Twitter* [Universitas Bhayangkara Jakarta Raya]. <http://repository.ubharajaya.ac.id/2594/>
- Istiqomah, T. P. (2019). *Strategi Humas dalam Pengelolaan Informasi pada Website*

Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Hukum dan HAM RI [Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)].

<https://library.moestopo.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=2498&bid=41394>

Sari, D. R. (2021). *No Title Pengelolaan Content Plan Instagram BPBD Jawa Barat pada Masa Pandemi Covid-19* [UIN Sunan Gunung Djati Bandung]. <http://digilib.uinsgd.ac.id/43698/>

Silfia, I. (2020). *Model Komunikasi Humas Polda Riau dalam Membangun Komunikasi Eksternal Menggunakan Media Sosial di Instagram* [Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim]. https://repository.uin-suska.ac.id/25586/2/SKRIPSI_GABUNGAN.pdf

Jurnal Nasional Terdahulu

Azeem, M. R., & Toni, A. (2018). Strategi Humas Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Dalam Pengelolaan Jejaring Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 115–130. <https://doi.org/10.24912/jk.v10i2.2562>

Hendrarto, D., & Ruliana, P. (2019). Strategi Public Relations Radio Delta FM Dalam Mempertahankan Pendengar Melalui Media Sosial. *Inter Komunikasi: Jurnal Komunikasi*, 4(2), 166–178. <https://journal.interstudi.edu/index.php/InterKomunika/article/view/337>

Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>

Ningrum, F. K., & Syarah, M. M. (2018). Instagram dan Twitter sebagai Strategi Humas PT Jasa Marga (Persero) Tbk dalam Meningkatkan Pelayanan. *Komunikasi: Journal of Communication Science and Islamic Da'wah*, 2(2), 122–133. <https://www.jurnalfai-uikabogor.org/index.php/komunika/article/view/424>

Permasih, I., Abidin, Y. Z., & Ma'arif, A. A. (2018). Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 25–46. <https://jurnal.fdk.uinsgd.ac.id/index.php/reputation/article/download/584/98>

Jurnal Internasional Terdahulu

- Confetto, M. G., Conte, F., & Covucci, C. (2018). Empirical Evidence on CEO Reputation: Perspectives, Actions and Influence. *International Journal of Business and Management*, 13(12), 215. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v13n12p215>
- Megan, D., & Noer, M. K. (2020). Public Relations Strategy on Responding Environmental Issues to Sustain Corporate Image: A Descriptive Study of Danone-AQUA's #BijakBerplastik. *Journal Communication Spectrum: Capturing New Perspectives in Communication*, 10(2), 58–67. <https://doi.org/10.36782/jcs.v9i2.1984>
- Yue, C. A., Thelen, P., Robinson, K., & Men, L. R. (2019). How do CEOs communicate on Twitter? A comparative study between Fortune 200 companies and top startup companies. *Corporate Communications: An International Journal*, 24(3), 532–552. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-03-2019-0031>
- Zeitoun, V., Michel, G., & Fleck, N. (2020). When brands use CEOs and employees as spokespersons: A framework for understanding internal endorsement. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 23(2), 241–264. <https://doi.org/10.1108/QMR-01-2019-0011>
- Zerfass, A., Verčič, D., & Wiesenberg, M. (2016). Managing CEO communication and positioning (A cross-national study among corporate communication leaders). *Journal of Communication Management*, 20(1), 37–55. <https://doi.org/10.1108/JCOM-11-2014-0066>

Internet:

Andini, Sri. (2020, Maret 11). Menara BTS diatas Gedung Pemerintah?. (diakses 25 Januari 2022). Retrieved from <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-jakarta2/baca-berita/20185/Menara-BTS-diatas-Gedung-pemerintah.html#:~:text=Base%20Transceiver%20Station%20atau%20disingkat,pe-rangkat%20komunikasi%20dan%20jaringan%20operator>

Brunswick. (n.d.). *Our latest research shows that corporare stakeholders expect business leaders to be adaptive, connected, and engaged – using digital & social media to do so.* Retrieved from

- <https://www.brunswickgroup.com/perspectives/connected-leadership/>
- Ceotutorial. (n.d.). *The Social CEO: A decade of change*. Retrieved from <https://ceotutorial.com/social-media-ceo-report-2021/>
- Kemp, Simon. (2021, Oktober 2021). *Digital 2021 October Global Statshot Report*. (diakses 5 November 2021). Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2021-october-global-statshot>
- Kusnandar, V. B. (2021, September 22). Telkomsel Jadi Operator Seluler dengan Pelanggan Terbanyak di Indonesia. (diakses 25 Januari 2022). Retrieved from [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/22/telkomsel-jadi-operator-seluler-dengan-pelanggan-terbanyak-di-indonesia#:~:text=PT%20Telekomunikasi%20Seluler%20\(Telkomsel\)%20menjadi,periode%20yang%20sama%20tahun%20sebelumnya](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/22/telkomsel-jadi-operator-seluler-dengan-pelanggan-terbanyak-di-indonesia#:~:text=PT%20Telekomunikasi%20Seluler%20(Telkomsel)%20menjadi,periode%20yang%20sama%20tahun%20sebelumnya)
- Kusnandar, V. B. (2021, September 22). Telkomsel Juara Kepemilikan BTS Terbanyak di Indonesia, Capai 237 Ribu BTS. (diakses 25 Januari 2022). Retrieved from [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/27/telkomsel-juarai-kepemilikan-bts-terbanyak-di-indonesia-capai-237-ribu-bts#:~:text=Tercatat%2C%20PT%20Telekomunikasi%20Selular%20\(Telkomsel,Ooredoo%20dan%20Hutchison%203%20merger](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/27/telkomsel-juarai-kepemilikan-bts-terbanyak-di-indonesia-capai-237-ribu-bts#:~:text=Tercatat%2C%20PT%20Telekomunikasi%20Selular%20(Telkomsel,Ooredoo%20dan%20Hutchison%203%20merger)
- Maryville University. (n.d.). *How to Become a CEO*. Retrieved from <https://online.maryville.edu/online-bachelors-degrees/organizational-leadership/careers/how-to-become-a-ceo/>
- NapoleonCat. (n.d.). *Instagram users in Indonesia October 2021*. Retrieved from <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2021/10/>
- Winarso, Bambang. (2015, September 12). Apa itu Instagram, Fitur dan Cara Menggunakannya?. (diakses 5 November 2021). Retrieved from <https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram>