

DAFTAR PUSTAKA

- Afdhal, A. F. (2004). *Tips & trik public relations*. Jakarta: Grasindo.
- Amalia, D., & Rahmawati, D. H. (2022). *Strategi public relations dalam krisis masa pandemi*. Malang: CV Literasi Nusantara Abadi.
- Andersson, R. (2019). *Employees as ambassadors: Embracing new role expectations and coping with identity-tensions*. *Corporate Communications*, 24(4), 702–716. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-04-2019-0038>
- Arief, N. N., Gregory, A., Pangestu, A. B., Ramdlany, D. M. A., & Sanjaya, I. M. A. (2022). *Employee Influencer management: Evidence from state-owned enterprises in Indonesia*. *Journal of Communication Management*, 26(2), 166–186. <https://doi.org/10.1108/JCOM-03-2021-0031>
- Arief, N.N., (2020) *Corporate Communication: Praktik Terbaik Komunikasi Perusahaan*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Campbell, J. P., Daft, R. L., & Hulin, C. L. (1982). *What to study: Generating and developing research questions*. California: SAGE Publications.
- Edelman. (2022). 2022 Edelman trust barometer. Retrieved from Edelman website: <https://www.edelman.com/trust/2022-trust-barometer>
- Fitrah. M. (2017) *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. Sukabumi: CV Cetak
- Girsang, C. N. (2020). Pemanfaatan micro-Influencer pada media sosial sebagai strategi *public relations* di era digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi Ultimacomm*, 12(2), 206–225. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v12i2.1299>
- Ishak, A. (2012). Peran *public relations* dalam komunikasi organisasi. *Jurnal Komunikasi*, 1(4), 373–380. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v1i4.38>
- Kurniadi, Adhi. (2016) FUNGSI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENINGKATKAN MINAT ANGGOTA KELUARGA PELAJAR MAHASISWA KARIMUN – BANDUNG (KPMK – BDG) Studi Deskriptif Analisis Fungsi Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Minat Kebersamaan pada Anggota Keluarga Pelajar Mahasiswa Karimun – Bandung (KPMK – Bdg). Universitas Pasundan

- Kristayanto, Rachmat (2021) *Best Practice Humas (Public Relations) Bisnis Dan Pemerintah Manajemen Humas, Teknik Produksi Media Publisitas dan Public Relations Writing*. Jakarta: Prenada Media
- Lee, J. A., & Eastin, M. S. (2021). Perceived authenticity of social media *Influencers*: Scale development and validation. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 15(4), 822–841. <https://doi.org/10.1108/JRIM-12-2020-0253>
- Maulana, A. W. (2019). *Pemanfaatan media sosial sebagai strategi membangun citra pada Divisi Corporate Communication PT Krakatau Steel (Persero) Tbk*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Mulyana, D. (2020). *Metodologi penelitian kualitatif: Paradigma baru ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Noor, J. (2016). *Metodologi penelitian: Skripsi, tesis, disertasi, dan karya ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Pryatna, I. P. D., Santosa, H., & Sudirga, I. K. (2022). *Teknik permainan kendang tunggal pada gamelan Bali*. Indramayu: Penerbit Adab.
- Putri, R. (2018). *Strategi public relations rumah makan Dapur Solo Tulungagung dalam meningkatkan citra perusahaan perspektif etika bisnis Islam*. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, Tulungagung.
- Romadona, M. R., & Setiawan, S. (2020). Communication of organizations in organizations change's phenomenon in research and development institution. *Jurnal Pekommas*, 5(1), 91–104. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2020.2050110>
- Ruslan, Rosady. 2007. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sa'diah, A. K. (2018). *Manajemen relasi hubungan masyarakat PT. Petrokimia Gresik*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Salim, M. (2021). *Strategi marketing public relations sephora di tengah pandemi COVID-19: Studi kasus pembukaan toko fisik Sephora cabang Mal Grand Indonesia*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Sandjaja, B. (2011). *Panduan penelitian*. Jakarta: Prestasi Pustaka Raya.

- Smith, D., Jacobson, J., & Rudkowski, J. L. (2021). *Employees as Influencers: Measuring employee brand equity in a social media age. Journal of Product and Brand Management*, 30(6), 834–853. <https://doi.org/10.1108/JPBM-03-2020-2821>
- Widya, A. R. (2021). *Influencer sosial media sebagai komunikasi strategis kehumasan pemerintah pada era digital. Jurnal Ranah Komunikasi*, 5(1), 1–11.
- Yin, R. K. (2002). *Case study research and applications: Design and methods*. California: SAGE Publications.
- Zahara, E. (2018). Peranan komunikasi organisasi bagi pimpinan organisasi. *Jurnal Warta*, 56.