

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. F., Evadianti, Y., & Asniar, I. (2021). *Public Relations*. Ikatan Guru Indonesia DIY.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT. Rineka Cipta.
- Basit, A., & Rahmawati, T. H. (2017). Cyber Public Relations (E-PR) dalam Brand Image Wardah Kosmetik dengan Pendekatan Mixed Method. *Journal of Communication (Nyimak)*, 1(2), 197–208.
- Darma, B. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2*. Guepedia.
- Deputi 1 Pemberdayaan Pemuda. (2021, December 14). *Dukung Indonesia Milenial Connect, Faisal Abdullah Menyampaikan Pentingnya Peran Pemuda Untuk Berkontribusi Terhadap Negeri Salah satunya Di Daerah 3T*. Kemenpora Republik Indonesia.
- Dogan, Oze, U. dan, & Nuran. (2018). *Issues and Communication: Media and Public Relations* (1st ed.). IJOPEC Publication.
- E. B., G. A. (2016). Strategi Cyber Public Relations dalam Pembentukan Citra Institusi Pendidikan Tinggi Swasta. *Jurnal The Messenger*, 6(1), 2.
<https://doi.org/10.26623/themessenger.v6i1.161>
- Gassing, S. S., & Suryanto. (2016). *Public Relation*. Andi Publisher.
- Herman, J. (2014). *The Ultimate Beginners Guide to Instagram*.
- Hidayat, D. (2014). *Media Public Relations: Pendekatan Studi Kasus Cyber Public Relations Sebagai Metode Kerja PR Digital*. Graha Ilmu.
- Hidayatullah, M., Anshori, M. S., & Hudaya, C. (2021). Analisis Pengaruh Cyber Public Relations Terhadap Kesadaran Merek Sebuah Perguruan Tinggi Swasta

- Menggunakan Structure Equation Modelling (SEM). *Jurnal Tambora*, 5(1), 80–85.
- Jauhari, M. (2021). *Cyber Public Relations Membangun Kepercayaan Publik Melalui Media Siber* (T. Nurdiyana (ed.)). LP3DI Press dan Kalimedia Jogjakarta.
- Kemp, S. (2023). *THE CHANGING WORLD OF DIGITAL IN 2023*. We Are Social. <https://wearesocial.com/us/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/>
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenadamedia Group.
- Kriyantono, R. (2021). *Best Practice Humas (Public Relations) Bisnis dan Pemerintah: Manajemen Humas, Teknik Produksi Media Publisitas dan Public Relations Writing* (1st ed.). Kencana.
- Marlina, N. C., & Husen, R. (2015). Konstruksi Citra Diri Melalui Update Status Di Media Sosial Facebook. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 1(2), 7. <https://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/article/view/535>
- Marlyna, A. (2020). *Pengaruh Cyber Public Relations Terhadap Citra Produk Mineral Botanica Di Kalangan Pelanggan Pekanbaru*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Martono, N. (2015). *Metode Penelitian Sosial*. Rajagrafindo Persada.
- Mukarom, Z., & Laksana, M. W. (2015). Manajemen Pelayanan Publik. In *Manajemen Pelayanan Publik*. CV Pustaka Setia.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama, Bandung.
- Novarianto, F., Hamid, D., & Mawardi, M. (2017). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PT. BEIERSDORF INDONESIA (Studi pada Pengunjung Merbabu Family Park Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 42(2), 51–

58.

- Nurchahyo, B., & Riskayanto, R. (2018). Analisis Dampak Penciptaan Brand Image Dan Aktifitas Word of Mouth (Wom) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 3(1), 14. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v3i1.12026>
- Pasaribu, Z., & Agung E, D. (2015). Pengaruh Penggunaan Media Internal Portal Pt Dirgantara Indonesia Terhadap Citra Perusahaan. *Jurnal Sositologi*, 14(1), 61–70. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2015.14.1.7>
- Rizaty, M. A. (2023). *Pengguna Instagram di Indonesia Capai 109,3 Juta per April 2023*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-di-indonesia-capai-1093-juta-per-april-2023>
- Rizky, C. (2018). *Strategi Public Relations PT Rumah Kreatif IVG (INDOVIDGRAM) Dalam Menciptakan Citra Perusahaan*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach*. Deepublish.
- Shidqi, G. El. (2022). *Pengaruh Cyber Public Relations Terhadap Citra Pondok Pesantren Daar El Manshur*. Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujanto, R. Y. (2019). *Pengantar Public Relations Di Era 4.0 (1st ed.)*. Pustaka Baru.

- Yananingtyas, H. Z., & Irwansyah. (2020). Cyber Public Relations Melalui Microblogging Dalam Menjaga Citra PemProv DKI Jakarta. *Jurnal Komunikasi Trunojoyo*, 14(2), 199–212.
- Yazid, T. P., Rasyid, A., & Hatika, M. (2022). Pengaruh Cyber Public Relations terhadap Citra Perguruan Tinggi Swasta Terfavorit di Provinsi Riau. *EDUKATIF: JURNAL ILMU PENDIDIKAN*, 4(4), 5734–5743.
- Yusuf, O. (2017). *Naik 100 Juta, Berapa Jumlah Pengguna Instagram Sekarang?* Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2017/09/29/06304447/naik-100-juta-berapa-jumlah-pengguna-instagram-sekarang>