

DAFTAR PUSTAKA

- Al Rahmah, F., Hafiar, H., & Ryanto Budiana, H. (2022). *Pengelolaan Aktivitas Media Sosial Instagram @cimahikota oleh Pemerintah Kota Cimahi*. Jurnal Komunikasi Nusantara, 4(1), 128–139. <https://doi.org/10.33366/jkn.v4i1.145>
- Amani, E. N. (2019). *Pemanfaatan Media Instagram PT. Pindad (persero)*. Bandung.
- Andipate, A. A. (2020). *Paradigma Baru Public Relations: Teori, Strategi, dan Riset* (Y. S. Hayati, Ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Ardianto, E. (2001). *Public Relations On The Net: Sebuah Perspektif Baru Humas*. 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.29313/mediator.v2i1.695>
- Ayutiani, D. N., & Satria Putri, B. P. (2018). *Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner*. Profesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat, 3(1), 39. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.11683>
- Arviana, G. (2022). Ini Dia Syarat dan Cara agar Akun Instagram Verified, Yuk Coba!. <https://glints.com/id/lowongan/cara-membuat-akun-instagram-verified/> (diakses pada 1 Agustus 2023)
- Bowden, J., & Mirzaei, A. (2020). *Consumer engagement within retail communication channels: an examination of online brand communities and digital content marketing initiatives*. *European Journal of Marketing*, 55(5), 1411–1439. <https://doi.org/10.1108/EJM-01-2018-0007>
- Butterick, K. (2011). *Introducing Public Relations: Theory and Practice*. SAGE Publications.
- Dennis, M. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika.
- Effendy, O. U. (2015). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Erlangga.
- Heath, R. (2005). *Encyclopedia of Public Relations*. SAGE Publications.
- Gamble, Michael., & Gamble, Teri. (2002). *Communication Works* (seventh). McGraw-Hill.
- Kumham PR Summit 2021: Telisik Strategi Konten Kreatif Untuk Sosial Media*. (2021, November 24). Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual Kementrian Hukum & HAM R.I. <https://dgip.go.id/index.php/artikel/detail-artikel/kumham-pr-summit-2021-telisik-strategi-konten-kreatif-untuk-sosial-media?kategori=liputan-humas> (diakses pada 17 November 2022)

- Lepkowska-White, E., Parsons, A., & Berg, W. (2019). *Social media marketing management: an application to small restaurants in the US*. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 13(3), 321–345. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-06-2019-0103>
- 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>
- Marino, V., & lo Presti, L. (2018). *From citizens to partners- the role of social media content in fostering citizen engagement*. *Journal of Transforming Government: People, Process and Policy*. <https://doi.org/10.1108/TG-07-2017-0041>
- Moleong, L. J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif (edisi revisi)*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. M. S. (2020). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi* (N. S. Nurbaya, Ed.). PT Remaja Rosdakarya Bandung.
- Nasrullah, R. M. S. (2021). *Manajemen Komunikasi Digital: Perencanaan, Aktivitas, dan Evaluasi (Pertama)*. Kencana.
- Nursiwan, A., & Rini Rinawati. (2022). *Pengelolaan Media Sosial Instagram Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Jawa Barat Dalam Memenuhi Informasi Publik*. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 2(1). <https://doi.org/10.29313/bcscm.v2i1.723>
- Pratama, M. F. (2020). *Pengelolaan Media Sosial Instagram Oleh Humas Sebagai Media Informasi Publik Pada Pemprov Riau*.
- Rifandi, D. A., & Irwansyah, I. (2021). *Perkembangan Media Sosial pada Humas Digital dalam Industri 4.0*. *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study*, 7(2), 141–151. <https://doi.org/10.31289/simbolika.v7i2.5376>
- Rizaty, M. A. (2022, August). *Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia*. *DataIndonesia.Id*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>
- Satori, D., & Komariah, A. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Setyaningsih, P. N., Suadnya, W., & Fajarica, S. D. (2019). *Manajemen Konten Media Sosial Instagram pada BKKBN Provinsi NTB sebagai Strategi Humas dalam*

Membangun Brand Awareness Instagram Social Media Content Management in Family Planning Coordinating Board of West Nusa Tenggara Province as Public Relations Strategies to Create Brand Awareness. Journal Of Media and Communication Science) 1. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mataram (Vol. 3, Issue 1).

Simarmata. (2010). *Rekayasa Web*. Yogyakarta: CV ANDI

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta,CV.