

DAFTAR PUSTAKA

- Ajibulloh, A. A. (2021). Optimalisasi Digital Marketing Melalui Peran Penting Social Media Monitoring. *Jurnal Akses Pengabdian Indonesia*, Vol No.6.2, 163-168.
- A.Rafiq. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, Vol.1 No.1, 18-29
- Astiti, I. A., Eksa, R., & Donil, B. (2020). Aktivitas Media Monitoring di PT. Bisnis Indonesia Konsultan (Bisnis Indonesia Intelligence Uni). *Prosiding Seminar Nasional Riset Terapan* , Vol.1 No.7.
- Barger, Christopher. 2011. *Social media strategies build a successful program from the inside out*. New York: McGraw-Hill Education
- Creswell, J. W. (2017). *Research Design, Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. New York: SAGE Publication.
- Dinda, S.P & Reni Nuraeni. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai *Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)*. *Jurnal Common*, Vol.3 No.1 71-80
- Efrida, S., & Anisa, D. (2020). *Pemanfaatan Fitur Media Sosial Instagram Dalam Membangun Personal Branding Miss International 2017*. *Kajian Komunikasi*, 57-71.
- Emmanouil Perakakis, G. M. (2019). *Social Media Monitoring: An Innovative Intelligent Approach*. Yunani Greece: Designs, Vol.3 No.24, 02-12
- Euripidis Loukis, Y. C. (2016). *Promoting Open Innovation In The Public Sector Through Social Media Monitoring*. Turki: Government information Quarterly 34 (2017), 99-109
- Ferbita, L. V., yanti, S., & Sussane, D. (2020). Strategi Digital Branding Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) Melalui Media Sosial. *Acta Diurna*, 113-136.
- Francesco Tarasconi, M. F. (2017). *The Role of Unstructured Data in Real-Time Disaster-related Social Media Monitoring*. 2017 Turin, Italia: IEEE International Conference on Big Data (BIGDATA), 3769-3778
- Gassing, Syariffudin S. 2016. *Public Relations*. Yogyakarta: Andi Publisher

- Hidayat, Dasrun. 2014. *Media public relations: pendekatan studi kasus cyber Public relations sebagai metode kerja public relations digital*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Ida Ayu Putri Astiti, E. R. (2020). *Aktivitas Media Monitoring Di Pt. Bisnis Indonesia Konsultan (Bisnis Indonesia Intelligence Unit)*. Surakarta: *Prosiding Seminar Nasional Riset Teknologi Terapan* : 2020.
- Joanna Burzyńska, A. B. (2020). *The Social Life Of COVID-19: Early Insights From Social Media Monitoring Data Collected In Poland*. Poland: *Health Informatics Journal*, 26 (4), 3056–3065
- M. Ismail Alif, A. H. (2020). *Analisis Isi Dalam Kegiatan Media Monitoring Program Asional Pnpm Mandiri Pedesaan Yang Dipublikasikan Melalui Media Daring*. Pekanbaru: *Jurnal AKRAB JUARA*, 5 (1), 196-213.
- Marleen M.H.J. van Gelder, A. R. (2019). *Social Media Monitoring On The Perceived Safety Of Medication Use During Pregnancy: A Case Study From The Netherlands*. Netherlands: British Pharmacological Society, Accepted: 17 July 2019, 2580–2590.
- Nasrullah, Rulli. *Manajemen Komunikasi Digital Perencanaan, Aktivitas, dan Evaluasi*. Jakarta: Kencana, 2021
- Pujileksono, S. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Kelompok Intrans Publishing.
- Qorib, Fathul., Rinata, Asfira., & Fianto, Latif. (2021). Analisis Customer Engagement pada Akun Instagram @Oksigen_Cafe Menggunakan The Circular Model of Some. *AVANT GARDE*, 09 (02), (Desember 2021), 183-197
- Ruslan, Rosady. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi*
- Tulus Friedel, S. L. (2019). *Program Kliping Media Sebagai Kegiatan Media Monitoring Divisi Humas Di Pt Perusahaan Listrik Negara (Pln) Persero Distribusi Jawa Bara*. Bandung: *Jurnal Riset Komunikasi*, 10 (2), 181-194
- Wahyu Srisadono. (2018). *Strategi Perusahaan E-Commerce Membangun Brand Community Di Media Sosial Dalam Meningkatkan Omset Penjualan*. *JURNAL PUSTAKA KOMUNIKASI*, 1 (1), (Maret 2018), 167 - 179
- Zakirah, D. M. (2018). Mahasiswa dan Instagram (Study tentang Instagram Sebagai Sarana Membentuk Citra Diri di Kalangan Mahasiswa Universitas Airlangga). *Sosiologi Fisip Universitas Airlangga*, 1-21.