

DAFTAR PUSTAKA

Sumber buku

- Abdurrachman, Oemi. (2001). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti.
- Agus Dwiyanto. (2006). *Mewujudkan Mewujudkan Good Governance Melalui Pelayanan Publik*. Yogyakarta. Universitas Gajah Mada.
- Agus Mulyanto. (2009). *Sistem Informasi Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Andres, Kaplan & Michael, Haenlein, (2010). *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media*. Business Horizons.
- Andriansyah, Irfan. Maharani, Anastasya. (2021). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing*. Bandung: CV. Cendekia Press.
- Ardianto, Elvinaro. (2008). *Public Relations Praktis*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Ardianto, Elvinaro. (2004). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, Suharsimi, (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, edisi revisi VI, Cetakan ke 13, PT. Asdi Mahasatya, Jakarta.
- Azwar, Asrul. (1994). *Manajemen Kualitas Pelayanan Kesehatan*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Bruning, S. D., & Ledingham, J. A. (1999). *Public Relations As Relationship Management: A Relational Approach To The Study And Practice Of Public Relations*. *LEA's communication series*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Cahyani, A. M. (2020). Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya Dalam Melayani Dan Menggali Potensi Masyarakat Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 1-16.
- Chrismardani, Y. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Implementasi Untuk Umkm*. 8(2), 14.
- Creswell, John W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.
- Cutlip, Scott M. Allen H. Center & Glen M. Broom. (2005). *Effective Public Relations Merancang dan Melaksanakan Kegiatan Kehumasan dengan Sukses*, Edisi 8 (Chendra Leva, Terj.). Jakarta: Indeks.

- David, Fred, R. (2017). *Manajemen Strategi Konsep Edisi 16*. Jakarta. Salemba Empat.
- Denzin & Lincoln. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Hardiansyah. (2008). *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Hardjana, Andre A. (1998). *Manajemen Komunikasi dalam Krisis*. Jurnal Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia Vol II/Oktober. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Harlow, Rex F. (1976). *Building a Public Relations Definition*. *Public Relations Review* 2 No.4
- Idrus, Muhammad. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial, Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, Jakarta : Erlangga.
- Iwan Satibi. (2011). *Teknik Penulisan Skripsi, Tesis & Disertasi*. Bandung: Ceplas.
- Kingsnorth, S. (2016). *Digital Marketing Strategy*.
- Komariah, Aan dan Djama'an Satori. (2014). *Metedologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabetha.
- Lattimore, dkk. (2010). *Public Relations: Profesi dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Lewis, B.K. (2010). *Social Media and Strategic Communication: Attitudes and Perceptions Among College Student*. *International Journal of Public Relation Society of America*.
- Lexy, J Moleong. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Luttrell, Regina. (2015). *Social Media: How to Engage, Share and Connect*. London: Rowman & Littlefield Publishers.
- Morissan. (2008). *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Miles, M. B. & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Millar, D. P., & Heath, R. L. (Eds.). (2004). *Responding To Crisis: A Rhetorical Approach To Crisis Communication*. London: Routledge.
- Muhadjir, Noeng, (2000). *Metode Penelitian Kualitatif*, Jogja: Rake Sarasin.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siositeknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Puntoadi, Danis. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta: PT. Alex Komputindo.
- Ruslan, Rosady. (2006). *Manajemen Public relations dan Media Komunikasi*,

Konsepsi dan Aplikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Simarmata, J. (2011). *Rekayasa Web*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.

Solis, Brian. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.

Soemohadiwidjojo, A. T. (2014). *Mudah Menyusun SOP*. Jakarta: Penebar Plus.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta.

Supriyati. (2012). *Metodologi Penelitian Komputerisasi Akuntansi*. Bandung: LABKAT.

Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Edisi Kedua. Jilid Pertama. Bandung: Remaja Posdaya.

Sumber Jurnal

Almaida, F. A., & Nugrahani, R. U. (2019). Analisis Pengelolaan Konten Digital Marketing Media Sosial Institut Français Indonesia Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna*, 15(1), 96-109.

Cristina Miguel, Carl Clare, Catherine J. Ashworth & Dong Hoang. (2023). *Self-branding and content creation strategies on Instagram: A case study of foodie influencers, Information, Communication & Society*.

Diva, Maharani. (2023). Pengaruh Penyebaran Informasi Media Sosial terhadap Perilaku Peserta Yakes PT Telkom Dalam Memelihara Drajat Kesehatan.

Efrida, S., & Diniati, A. (2020). Pemanfaatan Fitur Media Sosial Instagram Dalam Membangun Personal Branding Miss International 2017. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 57-71.

Fadillah, F. N., & Putra, R. P. (2023). Strategi Pengelolaan Konten Komunikasi Pemasaran Digital Berbasis Islam Melalui Media Sosial Instagram. In Bandung Conference Series: Communication Management (Vol. 3, No. 2, pp. 669-673).

Firgiany, nabila azzahra. (2023). Pengaruh Pesan Sosialisasi Kebijakan Pendaftaran BPJS Terhadap Perubahan Sikap Peserta Yakes Telkom Dalam Usaha Menjaring Kepesertaan BPJS.

Grunig, J. E. (2009). *Paradigms Of Global Public Relations In An Age Of Digitalization*.

Jeff McCarthy, Jenny Rowley & Brendan J. Keegan. (2022). *Social media marketing strategy in English football clubs, Soccer & Society*, 23:4-5, 513-528

Jens Seiffert-Brockmann, Sabine Einwiller, Neda Ninova-Solovykh & Daniel Wolfgruber. (2021). *Agile Content Management: Strategic Communication in Corporate Newsrooms, International Journal of Strategic Communication*, 15:2,

- KOMINFO. (2018). Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah. Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Landau, Daniel A. (2011). *How Social Media is Changing Crisis Communication: A Historical Analysis*. Thesis. Fairleigh Dickinson University Madison.
- Lestari, A. P., & Rohimakumullah, M. A. A. (2022). *Instagram Management Strategy as a Public Information Media by The Government of Bogor City During Covid-19 Pandemic*. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 26-34.
- Patria, Lintang & Kristianus Yulianto. (2010). “Pemanfaatan Facebook untuk Menunjang Kegiatan Belajar Mengajar Online Secara Mandiri”.
- Purwoko, G. S., & Nataly, F. (2023). Analisis Strategi Pengelolaan Media Sosial Dalam Menyebarkan Konten Berita Di Instagram Mata Milenial Indonesia TV Tahun 2023. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik*, 1(2), 91-95.
- Ramaputra, M. A., & Afifi, S. (2021). Analisis strategi kreatif konten promosi usaha foodies melalui media sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, 5(2), 67-81.
- Rania, R., & Diniati, A. (2023). Analisis Strategi Humas Diskominfo Kota Bogor Dalam Mengelola Media Sosial Instagram@ Kominfobogor. *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora*, 6(1), 291-302.
- Ria Wiid, Tomas Müllern & Adele Berndt (2023) *The Face of Nonbinary Beauty Communication on Instagram: A Content Analysis*, *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 44:1, 1-23.
- Rindika, K., & Rinawati, R. (2023). Strategi Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka. *In Bandung Conference Series: Communication Management* (Vol. 3, No. 1, pp. 394-397).
- Shen, H. (2011). Organization-employee relationship maintenance strategies: A new measuring instrument. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 88(2), 398–415.
- Tripani, D., & Al Assad Rohimakumullah, M. (2022). Studi Komparatif tentang Pengelolaan Media Sosial sebagai Alat Diseminasi Informasi di Masa Pandemi Covid-19. *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora*, 5(2), 247-257.
- Verhoef, P. C., Lemon, K. N., Parasuraman, A., Roggeven, A., Tsiros, M., & Schlesinger, L. A. (2009). *Customer Experience Creation: Determinants, Dynamics And Management Strategies*. *Journal of Retailing*, 85(1), 31–41.
- Yanyan Shang, Ru-Shiun Liou & Rekha Rao-Nicholson (2022) *What to Say and How to Say It? Corporate Strategic Communication through Social Media during the Pandemic*, *International Journal of Strategic Communication*, 16:4, 633-648.

Sumber Website

Nia Munarika. (2018). Metode Penelitian <http://repo.i.ain-tulungagung.ac.id>
MajelisKehormatan Etik Kedokteran <http://mkekidi.id/kode-etik-kedokteran-indonesia/>