

## DAFTAR PUSTAKA

### Referensi Buku

- Akbar, dkk. (2021), *PUBLIC RELATIONS*. Daerah Istimewa Yogyakarta : Ikatan Guru Indonesia (IGI).
- Anggito, Albi. & Setiawan, Johan. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF*. Jawa Barat : CV Jejak
- Arief, Nurlaela. (2019). *Public Relations In The Era Of Artificial Intelligence*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Cutlip, Center, & Broom. (2017). *Effective Public Relations. Edisi Kesembilan*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Moleong, Lexy J. (2016). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Nasrullah, Rulli. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama
- Roosinda, dkk. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Zahir Publishing.
- Ruslan, Rosady. (2016). *Manajemen Public Relations, Konsep dan Aplikasi*. Edisi Revisi. Depok : PT. Raja Grafindo Persada.
- Rusman, Kurniawan, & Riyana. (2011). *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi Mengembangkan Profesionalitas Guru*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Silviani, Irene. (2020). *PUBLIC RELATIONS SEBAGAI SOLUSI KOMUNIKASI KRISIS*. Surabaya : PT. Scopindo Media Pustaka.
- Triyono, Agus. (2021). *METODE PENELITIAN KOMUNIKASI KUALITATIF*. Yogyakarta : Bintang Pustaka Madani.
- Vera, Nawiroh. (2016). *Komunikasi Massa*. Ciawi-Bogor : Ghalia Indonesia.
- Werner J. Severin, James W. Tankard, Jr. (2005). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta : Kencana Prenada
- Yusuf, Muri. (2017). *METODE PENELITIAN, Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan*. Jakarta : Kencana.

### **Jurnal Nasional**

- Almadina, dkk. (2023). *STRATEGI SOSIAL MEDIA MARKETING UNTUK MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN PT POS INDONESIA*. 01(1), 1.
- Amanda, Rahayu. (2021). *PEMANFAATAN JEJARING SOSIAL TWITTER SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN INFORMASI PUBLIK*, 11(2), 7.
- Dewi, Meliana. (2022). *STRATEGI MEDIA MONITORING PADA PEMBERITAAN COVID-19 DI MEDIA DARING*, 5(1).
- Gunawan, A. & Anisa, R. (2020). *KEGIATAN MEDIA MONITORING HUMAS PEMERINTAH KOTA CIMAHI*, 3(2).
- Harahap, Deskia dan Chatamallah, M. (2022). *Peran Public Relations PT. Pos Indonesia dalam Memantau Opini Publik*, 2(1).
- Kurniati, dkk. (2020). *Monitoring dan evaluasi humas pemerintah dalam penggunaan media sosial untuk memerangi hoaks*, 5(1).
- Mustaqililah, dkk. (2023). *Efektivitas Penggunaan Twitter Sebagai Sarana Peningkatan Berpikir Kritis Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 2(1).
- Prasetyo, dkk. (2023). *Strategi Bauran Humas dalam Membangun Citra Positif Asosiasi Perusahaan Pialang Asuransi dan Reasuransi Indonesia*, 3(3).
- Putri, Nadya. & Romli, Nada. (2021). *ANALISIS DAMPAK ADIKSI INTERNET PADA MEDIA SOSIAL TWITTER DI INDONESIA DENGAN PENDEKATAN TEORI KOMUNIKASI*, 7(1).
- Solihin, dkk. (2021). *Pemanfaatan Twitter Sebagai Media Penyebaran Informasi Oleh Dinas Komunikasi dan Informatika*, 13 (1).

### **Jurnal Internasional**

- Burzynska, dkk. (2020). *The social life of COVID-19: Early insights from social media monitoring data collected in Poland*, 24(4).
- Jong, H, Kim. Dkk. (2020). *Understanding Social Media Monitoring and Online Rumors*, 61.
- Karafillakis, Emilie, dkk. (2021). *Methods for Social Media Monitoring Related to Vaccination: Systematic Scoping Review*, 7(2).
- Raouf, Ahmad. (2021). *Monitoring the impacts of tourism-based social media, risk perception and fear on tourist's attitude and revisiting behaviour in the wake of COVID-19 pandemic*, 24.
- Thurman, Neil. & Hensmann, Theimo. (2023). *Social Media Monitoring, Measurement, Analysis and Big Data*.

## Surat Kabar

Isnanto, B. (2023, Agustus 10), *Kenapa Twitter Jadi X? Ini Penjelasan dan Perubahan Fiturnya*. *Detikinet* [Online], Tersedia: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-6869515/kenapa-twitter-jadi-x-ini-penjelasan-dan-perubahan-fiturnya>. [Akses: 27 Februari 2024].