

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitama Fauzan. (2023). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @ONEALUMNICOFFEE DALAM MEMBANGUN DIGITAL BRANDING*.
- Allagui, I., & Breslow, H. (2016). Social media for public relations: Lessons from four effective cases. *Public Relations Review*, 42(1), 20–30. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.12.001>
- Ardianto, Elvinaro. (2014). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. . Rineka Cipta.
- Arum Wahyuni Purbohastuti. (2017). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Tirtayasa Ekonomika*, 12, 212–218.
- Dhanesh, G., Duthler, G., & Li, K. (2022). Social media engagement with organization-generated content: Role of visuals in enhancing public engagement with organizations on Facebook and Instagram. *Public Relations Review*, 48(2), 102174. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2022.102174>
- Djamereng, A. (2020). *Kehumasan di Era Digital 4.0*. Alauddin University Press.
- Dr. Budiman Purba, M. (2018). PENGARUH PUBLIC RELATIONS TERHADAP PENINGKATAN PENGGUNA JASA DI BANDARA INTERNASIONAL KUALANAMU KAB. DELI SERDANG. *Jurnal Network Media* , 1.
- FJ Jayusman. (2021). *LABA PEDAGANG DALAM PERSPEKTIF KUALITAS PELAYANAN (STUDI WARUNG KOPI DI KECAMATAN CERME GRESIK)*. Universitas Muhamadiyah Gresik.
- Hemsley, J., Jacobson, J., Gruzd, A., & Mai, P. (2018). Social Media for Social Good or Evil: An Introduction. *Social Media + Society*, 4(3), 205630511878671. <https://doi.org/10.1177/2056305118786719>
- Ishaq Ropingi e. (2015). *Kuliah Public Relations: Pengantar dan Praktik* (Mahanani Prima Ayu Rizqi, Ed.). STAIN Kediri Press.
- Maulana Wildan Ahmad. (2019). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI MEMBANGUN CITRA PADA DIVISI CORPORATE COMMUNICATION PT KRAKATAU STEEL TBK*. PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI MEMBANGUN CITRA PADA DIVISI CORPORATE COMMUNICATION PT KRAKATAU STEEL TBK.
- Mero, J., Vanninen, H., & Keränen, J. (2023). B2B influencer marketing: Conceptualization and four managerial strategies. *Industrial Marketing Management*, 108, 79–93. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2022.10.017>
- Miles, & Huberman. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications, Inc.

- Miller, A. R., & Tucker, C. (2013). Active Social Media Management: The Case of Health Care. *Information Systems Research*, 24(1), 52–70. <https://doi.org/10.1287/isre.1120.0466>
- Montalvo, R. E. (2011). Social Media Management. *International Journal of Management & Information Systems (IJMIS)*, 15(3), 91. <https://doi.org/10.19030/ijmis.v15i3.4645>
- Nabila Rahmaniya, & Neni Yulianita. (2023). Pengelolaan Media Sosial dalam Penyebaran Informasi oleh Humas Pemerintahan. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 3(2), 440–449. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v3i2.7577>
- Nathania, B., & Tamburian, D. (2022). Strategi Humas KPU Bea dan Cukai Tipe A Tanjung Priok dalam Mengelola Media Sosial Instagram. *Kiwari*, 1(1), 107. <https://doi.org/10.24912/ki.v1i1.15568>
- Nurhayati. (2015). Melukiskan Akuntansi Dengan Kuas Interpretif. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*.
- Prastya Narayana Mahendra. (2013). Media Sosial dan Peran Manajerial Public Relations PT PLN Persero. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10, 164–165.
- Puja, P. K. N., & Shopia Novita. (2023). Strategi Humas LLDIKTI Wilayah IV dalam Mengelola Konten Media Sosial Instagram. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 3(2), 773–778. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v3i2.9216>
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. . PT. Alex Komputindo.
- Safko, L., & Brake, D. (2009). *The Social Media Bible*. John Wiley & Sons.
- Setiyawati, & Margareta Manalu Lovett. (2023). Peran Public Relations melalui Media Sosial Instagram dalam Membentuk Citra pada PT Flip. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 3(3), 1151–1169. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v3i3.9628>
- Strauss, & Frost. (2011). *E-Marketing*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cetakan ke-24*. Bandung: Alfabeta. Alfabeta.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2022). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @HUMASBDG TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>
- Tripani, D., & Rohimakumullah, M. A. assad. (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. <https://doi.org/10.31539/kaganga.v5i2.4310>
- Trisnawati Ari, & Syarah Maya May. (2017). STRATEGI HUMAS POLITEKNIK NEGERI JAKARTA DALAM PENERIMAAN MAHASISWA BARU . *Jurnal Komunikasi*, 8, 92.
- Varinder Taprial. (2012). *Understanding Social Media* .

- Wikansari, D., & Setyanto, Y. (2023). Humas dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi Melalui Media Sosial Instagram. *Kiwari*, 2(2), 243–250.
<https://doi.org/10.24912/ki.v2i2.24006>
- Yanti, U. D., Auli, M., Cahyanto, H., & Safaruddin, S. (2023). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI MEMBANGUN CITRA PADA DIVISI HUMAS PT.SEMEN BATURAJA TBK. *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 4(1), 11–25.
<https://doi.org/10.54895/jkb.v4i1.1928>