

## DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, M. (1987). *Sosiologi komunikasi*. Pustaka Sinar Harapan.
- Anonim. (2021). *Gartner HR Research Finds 58% of the Workforce Will Need New Skill Sets to Do Their Jobs Successfully*.
- Anonim. (2023). *Manfaat Upskilling dalam Membangun Perjalanan Kariermu*. kinobi.tech. <https://kinobi.tech/id/blog/upskilling-adalah>
- Bernays, E. L. (1945). *Public Relations*. New York: Norman & Sons.
- Choiriyati, S. (2015). Peran Media Massa Dalam Membentuk Opini Publik. *Jurnal uml*, 5(5), 21–27.
- Doob, L. W. (1966). *Public opinion and propaganda*. The Free Press.
- Effendy, O. U. (1993). *Ilmu, teori dan praktik hubungan masyarakat*. PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (1993). *Hubungan Masyarakat: Sebagai Metode Komunikasi dan Keadaan*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, teori, dan filsafat komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press.
- Hairunnisa. (n.d.). *Buku Ajar Pengantar Humas* (Edisi 2).
- Hootsuite & We Are Social. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. Datareportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Jefkins, F., & Morissan. (2008). *Manajemen Public Relations: Strategi menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th Editi). Pearson Education.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–185.
- Moore, T. E. (2005). *Public relations: Principles and cases*. McGraw-Hill.
- Morissan. (2008). *Public relations: Teori dan praktik*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Muharram, N. M. (2023). *Dasar-dasar Public Relation*.

- Nahar, L., Rusi, M., & Ujiantuti, E. (2020). Strategi Pemerintah Indonesia Dalam Membentuk Opini Publik Terkait Pemberlakuan PSBB. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(9), 632–640.
- Nasrullah, R. (2017). *Media sosial; perspektif komunikasi, Budaya, dan sosioteknologi* (N. S. Nurbaya (Ed.); Cetakan ke). Simbiosis Rekatama Media.
- Onggo, B. J. (2004). *Public relations di era digital: E-PR, Cyber PR, Digital PR*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Parker, D. B. (2003). The effects of online social networking on interpersonal communication. *Proceedings of the 36th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS'03)*.
- Rahmaniya, Nabila & Yulianita, N. (2023). *Pengelolaan Media Sosial dalam Penyebaran Informasi oleh Humas Pemerintahan*.
- Rivers, William L. R., & Susanto, A. S. (1977). *Public relations & komunikasi: Suatu pengantar*. PT. Gramedia.
- Rohmad, M. H. Bin. (2023). Manajemen media sosial (studi kasus pada akun @kemendag. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Rulli, N. (2017). *Public Relations: Teori dan Praktik*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, R. (2007). *Manajemen public relations dan media komunikasi*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Ruslan, R. (2010). *Public relations writing: Teori dan praktik*. Kencana Prenada Media Group.
- Saputra, I. R. (2020). *Analisis Opini Publik Terhadap Program Jum'at Berkah Polresta Pekanbaru (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau)*.
- Senduk, J. . (2013). *Peran Hubungan Masyarakat dalam Pembentukan Opini Publik*.
- Solis, B. (2008). *Engage!: The complete guide to building brand communities*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Suhana, S. (2017). *Analisa Opini Publik Terhadap Pemberitaan Pemberlakuan Hukum Kebiri Bagi Pelaku Kejahatan Seksual Dari Perspektif Islam (Studi Pada Masyarakat Rt 04/Rw02 Kelurahan Talang Mandi Sebangau Duri, Riau)*.
- Taprial, A., & Kanwar, A. (2011). *Social media marketing: A strategic guide to building brand and driving business*. New Delhi: Sage Publications.

Thaha, H. (2009). Media Massa Dan Masyarakat. *Al Tajdid*, 1(1).

Tosepu, A. W. (2017). *Public relations: Strategi dan taktik*. PT. Gramedia Pustaka Utama.

Yusri, H. (2015). Opini Publik Terhadap Program Siaran Berita Di Radio Pemerintah Kabupaten Siak. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 2(2), 1–15.