

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak.
- Dr. N. Nurlaela Arief, M. (2019). *Public Relations In The Era of Artificial Intelligence*. Simbiosis Rekatama Media.
- Hermawan, K. (2008). *Arti Komunitas*. Gramedia Pustaka Utama.
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mujib, F., & Saptiningsih, T. (2020). *School Branding: Strategi di Era Disruptif*. PT Bumi Aksara.
- Mukhtar. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. REFERENSI(GP Press Group).
- Mulyadi, S., Basuki, H., & Prabowo, H. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif dan Mixed Method: Perspektif Yang Terbaru Untuk Ilmu-Ilmu Sosial, Kemanusiaan, dan Budaya*. PT RajaGrafindo Persada.
- Onggo, B. J. (2004). *Cyber Public Relations: Strategi Membangun dan Mempertahankan Merek Global di Era Globalisasi Lewat Media Online*. PT Elex Media Komputindo.
- Prasetyo, B., & Febriani, N. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. UB Press.
- Ruslan, R. (2008). *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi*. PT RajaGrafindo Persada.
- Sarosa, S. (2017). *Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar*. PT INDEKS.
- Sugiyono. (2015). *Memahami Penelitian Kualitatif*. ALFABETA, CV

### Sumber Jurnal:

- Agusta, I. (2014). *Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif 1*.
- Basit, A., & Rahmawati. (2017). *Cyber Public Relations ( E-PR ) dalam Brand Image Wardah Kosmetik dengan Pendekatan Mixed Method*. 1(2), 197–208.
- Filyly, T. N., & Ruliana, P. (2022). *Strategi Public Relations dalam Memulihkan Citra Perusahaan*. 3(1), 29–40.

- Hidayat, D., Gustini, L. K., & Dias, M. P. (2020). *Digital Media Relations Pendekatan Public Relations dalam Menyosialisasikan Social Distancing di Kota Bandung*. 18(3), 257–268.
- Juru, N. A. (2020). *Analisis Struktur Organisasi Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Buleleng*. 4(1), 239–247.
- Kusumawardani, D. (2016). *Strategi Komunikasi pada Pasar Modal Syariah Berbasis Cyber Public Relations*. 17–36.
- McMillan, D. W., & Chavis, D. M. (1986). Sense of community: A definition and theory. *Journal of Community Psychology*, 14(1), 6–23.
- Nainggolan, Y., Zaini, M., Althalets, F., & Wisata, D. (2018). *Penggunaan Media Sosial Instagram Untuk Menunjang Peran Duta Wisata 2016-2017 Dalam Mempromosikan Pariwisata di Kalimantan*. 6(3), 136–148.
- Prihatiningsih, W. (2017). *Motif Penggunaan Media Sosial Instagram*. April, 51–65.
- Rosidin, A. B., & Hamid, A. (2020). *Media Online dan Kerja Digital Public Relations Politik Pemerintah Provinsi DKI Jakarta*. 19(2), 164–174.
- Sholeh, M. (2019). Etika Politik dan Kewarganegaraan dalam Bingkai Pendidikan IPS. *Universitas Negeri Semarang*, 1–10.
- Yananingtyas, H. Z., & Irwansyah. (2020). *Cyber Public Relations Melalui Microblogging dalam Menjaga Citra PemProv DKI Jakarta*. 14(2), 199–212.
- Yazid, T. P., Rasyid, A., & Hatika, M. (2022). *Pengaruh Cyber Public Relations terhadap Citra Perguruan Tinggi Swasta Terfavorit di Provinsi Riau*. 4(4), 5734–5743.
- Candraningrum, D. A. (2018). *Teknologi Komunikasi Informasi Untuk Peningkatan Kesadaran Publik Pada Organisasi Sosial*. 177–185.
- Nurani, S. R. (2015). *Peranan Riset Pasar Dan Desain Produk Terhadap Pemasaran Produk Perusahaan Wajan*. 2, 127–130.
- Nurhandayani, A., Syarief, R., & Najib, M. (2019). *The Impact of Social Media Influencer and Brand Images to Purchase Intention*. 17(4).
- Setiadi, A. (2016). *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 16(1).