

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Andipate, A. A. (2020). *Paradigma Baru Public Relations (Ke-1)*. Rajawali Pres.
- Andrew Macarthy. (2015). *500 Social Media Marketing Tips: Essential Advice, Hints and Strategy for Business: Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, LinkedIn, YouTube, Snapchat, and More!*
- Gassing, S. S., & Suryanto. (2016). *Public Relations*. Andi Publisher.
- Kingsnorth, S. (2022). *The Digital Marketing Handbook*.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*.
- Nurtjahjani, F., & Trivena, S. M. (2018). *Public Relations, Citra, dan Praktek*. Polinema.
- Perloff, R. M. (2017). *The Dynamic of Persuasion: Communication and Attitudes*.
- Puspitasari, N., & Purwani, D. A. (2022). *Cyber Public Relations* (A. Books (ed.); 1st ed.). adipurabooks 1. <https://books.google.co.id/books?id=9Ht8EAAAQBAJ>
- Rakhmat, J., & Ibrahim, I. S. (2016). *Metode Penelitian Komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Rees, S. (2020). *Public Relations, Branding, and Authenticity*. Routledge.
- Ruslan, R. (2020). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* (14th ed.). Rajagrafindo Persada.
- Ruslan, R. (2021). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Rajawali Pres.

- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations*. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sujanto, R. Y. (2019). *Pengantar Public Relations Di Era 4.0*. Pustaka Buku.
- Venus, A. (2019). *Manajemen Kampanye*. Simbiosis Rekatama Media.
- Widiastuti, R. N. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintahan*.

### **Jurnal**

- Amanda. (2015). Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan. *Journal of Advertising*, 1(1), 125–135.
- Bella Juliet Arianita, V., Widiyani Roosinda, F., & Ekantoro, J. (2021). Kampanye Digital pada Instagram @Perhumas\_Indonesia melalui #IndonesiaBicaraBaik dalam Mewujudkan Masyarakat 5.0. *Journal Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi*, 8(2), 113–122. <https://doi.org/10.55499/intelektual.v8i2.4>
- Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Squares Approach For Structural Equation Modeling*. 295–336.
- Hariyani, I. (2016). Peran Jaringan Sosial Pada Kampanye Lingkungan di Media Sosial: Kasus Kampanye Melawan Asap. *Kajian Ilmu Komunikasi*, 46.
- Johari, E. (2016). Audit Komunikasi Program Kampanye “Earth Hour” World Wildlife Fund for Nature Indonesia. *Universitas Sultan Ageng Tirtayasa*, 1–20. <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRKom/article/view/5899>
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*,

25(1), 36–44. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>

Pradipta, A. Y. (2017). Evaluasi Program Public Relations Tehbotol Sosro Goes to School PT. Sinar Sosro KPW Jawa Timur. *Jurnal E-Komunikasi*, 5(1), 1–12.

Walukow, K. H., & Walangitan, O. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Citra Perusahaan Pada PT . Ruang Raya Indonesia ( Ruangguru Regional Sulawesi II )*. 2(1), 11–15.

Yusmanizar, Thahir, Unde, A., & Muhammad Yunus. (2020). Analisis Karakteristik Penggunaan Media Sosial Pada. *Jurnalisa*, 06(November), 200–215. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/jurnalisa/article/view/16263/11055>

### **Website**

Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia 2024. <https://survei.apjii.or.id/>

Platform Media Sosial yang Paling Banyak digunakan di Indonesia 2024. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>

Profil Akun Instagram Kemenparekraf RI. <https://bit.ly/InstagramKemenparekraf>

Reels Pesan Kampanye #AdaApaDiSini Banda Neira. <https://bit.ly/ReelsBandaNeira>

Reels Pesan Kampanye #AdaApaDiSini Raja Ampat. <https://bit.ly/ReelsRajaAmpat>

Logo Kemenparekraf. <https://kemenparekraf.go.id/profil/logo>