

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku:**

Ardianto, Elvinaro. 2011. Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Ardianto, Elvinaro. 2011. Handbook of Public Relations Pengantar Komprehensif. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Azwar, Saifuddin. 2007. Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Caleb T Carr, Rebecca A Hayes. 2015. Social Media: Defining, Developing and Divining. *Journal of Communication*

Iskandar. 2009. Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta: Gaung Persada Press.

Kriyantono, Rachmat. 2010. Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran. Jakarta: Kencana

Liliweri, Alo. 2011. Komunikasi Serba Ada Serba Makna. Jakarta : Prenada Media Group.

Morissan. 2014. Manajemen Public relations: Strategi Menjadi Humas Profesional, Jakarta: Kencana

Nasrullah, Rulli. 2016. Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia). Jakarta: Kencana

Nova, Firsan. 2009. Crisis Public Relations, Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan. Jakarta: Grasindo

Onggo, Bob Julius. 2004. Cyber Public Relations. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Sari, A. Anditha. 2017. Dasar-dasar Public Relations (Teori dan Praktik). Jakarta: Deepublish.

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Ulber, Silalahi. 2009. Metode Penelitian Sosial. Bandung: PT. Refika Aditama.

**Jurnal:**

Pienrasmi, Hanindyalaila. Pemanfaatan Social Media Oleh Praktisi Public Relations di Yogyakarta. Jurnal komunikasi Universitas Gajah Mada, ISSN1907-898X. Volume 9, Nomor 2, April 2015

Kurnianti, Apsari Wahyu. Komunikasi Pemasaran Transportasi Online NGuberJEK. Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media Universitas Tidar, Volume 1, Nomor 1, Oktober 2017: 69-84

Caleb T Carr, Rebecca A Hayes. (2015). Social Media: Defining, Developing and Divining. Atlantic Journal of Communication

Moriansyah, La. (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial: *Antecedents* dan *Consequences*. Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol. 19 No.3, Desember 2015: 187-196. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia.

Sumiarti, Elni, Yenida Yenida dan Sarmiadi. 2014. Pengaruh Positioning, Publisitas dan Hubungan Masyarakat terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Padang. Universitas Tamansiswa Padang.

Utami, Mayrisa Anggun, Martha Tri Lestari, Berlian Primadani Satria Putri. Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran SMB Telkom University Tahun 2015/2016 Melalui Media Sosial Instagram. e-Proceeding of Management : Vol.3, No.1 April 2016 | Page 859

Putra, Q. Rizky Pratama, Ike Junita. 2017. Gerakan Nasional 1000 Startup Digital Dalam Mengkampanyekan Wirausaha di Bidang IT. Jurnal Komunikasi, Universitas Islam, Bandung.

Indika, Deru R. Dan Cindy Jovita. Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. ISSN 2580 – 4928 Volume 01, Nomor 01, Juni 2017.

Yazid, Tantri Puspita. Implementasi *Cyber Public Relations* Melalui Pengelolaan Website Pemerintah Provinsi Sumatera Barat. Jurnal Komunikasi Universitas Gajah Mada, Vol 9, No. 2, April 2015, hlm 199-210.

Mayasari, Silvina dan Clavinda Indraswari. Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Publikasi HUT Museum Nasional Indonesia (MNI) Kepada Masyarakat. Jurnal Komunikasi BSI, Vol 9, No. 2, September 2018, hlm 190-196.

**Internet:**

[pakarkomunikasi.com](http://pakarkomunikasi.com) (26 Februari 2019)

<http://eprints.umm.ac.id/35185/> (26 Februari 2019)

<https://www.maxmanroe.com/vid/organisasi/pengertian-stakeholder.html> (10 Maret 2019)

<http://binus.ac.id/malang/2018/07/cyber-public-relations/> (17 Maret 2019)

<http://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/viewFile/161/133> (19 Maret 2019)

<https://www.liputan6.com/tekno/read/3867489/pengertian-startup-adalah-sejarah-singkat-dan-karakteristiknya> (10 Juni 2019)

<https://www.liputan6.com/tekno/read/3126061/inspirasi-dua-pengusaha-lokal-ini-sukses-jualan-di-instagram> (20 Agustus 2019)