

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Syahrial Rahmandika. (2019). Peran Media Sosial dalam Perubahan Gaya Hidup Remaja di SMA Muhammadiyah 3 Surabaya. S1 Skripsi. Universitas Airlangga
- Allagui, I., & Breslow, H. (2016). Social media for public relations: Lessons from four effective cases. *Public relations review*, 42(1), 20-30.
- Buhmann, A., & Ingenhoff, D. (2015). Advancing the country image construct from a public relations perspective: From model to measurement. *Journal of Communication Management*.
- Candrika, B. (2016). *Strategi Cyber public relations dalam Meningkatkan Jumlah Customer Hotel California* (Doctoral dissertation, Fakultas Komunikasi (UNISBA)).
- Fitriansyah, F. (2018). Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Pengguna Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 18(2), 171-178.
- Fronika, W. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Sikap Remaja. *Fak. Ilmu Pendidik. Univ. Negeri Padang Email*, 1-15.
- Jusriani, J. (2020). *Strategi Public Relations dalam Promosi Perpustakaan di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Sulawesi Selatan untuk Membangun Citra Positif* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Lutfi, Adhiimsyah & Widyaningrat, Aldila Intanir. (2018). Konsep City Branding Sebuah Pendekatan “The City Bard Hexagon” pada Pembentukan Identitas Kota. Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis ke-3 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember. Jember : Universitas Jember.
- Nandini, R. F. (2017). Efektivitas Media Relations Dalam Meningkatkan Citra Positif Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Jambi (Studi Deskriptif

Analisis Efektivitas Media Relations Dalam Mempublikasikan Program Kerja Guna Meningkatkan Citra Positif Dprd Kota Jambi).

Sari, Nurmala. (2017). *Aktivitas Public Relations Dalam Mempromosikan Yayasan Pusaka Indonesia di Kota Medan*. S1 Skripsi. Univeritas Sumatera Utara

Sari, S. W. A., Jamaludin, J., & Jamilah, J. (2020). *Implementasi Marketing Grab dalam Menarik Minat Konsumen di Kota Jambi* (Doctoral dissertation, UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi).

Sudirman, S. S. (2019). *Starategi Promosi melalui Instagram pada Wisata Dante Pine di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).

Suherman, A. (2018). *Strategi Public Relations Distro Chambers dalam Mempertahankan Citra sebagai Referensi Fashion Remaja di Kota Makassar* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).

Swasty, Wirania. (2016). *Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Syahbani, M. F., & Widodo, A. (2017). Food blogger instagram: Promotion through social media. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 46-58.

Wahyuddin, A., & Athar, H. S. (2017). Pengaruh Cyber public relations Terhadap Brand Image Dan Loyalitas Pelangandi Studio Alam Tv9 Mataram. *Jmm Unram-Master Of Management Journal*, 6(1).

**Sumber Online:**

Indonesia. (2014). *Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah*. Jakarta : Sekretariat Negara.

phlanx.com. (2022). Instagram Engagement Calculator. Diakses pada 8 Maret 2022, dari <https://phlanx.com/engagement-calculator>.

Suara.com. (2022, 23 Februari). Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,4 Juta per 2022. Diakses pada 8 Maret 2022, dari <https://www.suara.com/teknologi/2022/02/23/191809/jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-capai-1914-juta-per-2022?page=all>