

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. (2012). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations*. Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Basit, A., & Rahmawati, T. H. (2017). *Cyber Public Relations (E-PR) dalam Brand Image Wardah Kosmetik dengan Pendekatan Mixed Method*.
- Berger, A. A. (1998). *Media Research Techniques*. Sage Publications.
- Biel, A. (1992). How brand image drives brand equity. *Journal of Advertising Research*, 32(6), 6–12.
- Budiarti, M., & Raharjo, S. (2024). Corporate Social Responsibility (Csr) dari Sudut Pandang Perusahaan. *International Journal of Advanced Research*, 12(01), 1305–1308. <https://doi.org/10.21474/ijar01/18253>
- Bungin, B. (2011). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana.
- Cahyono. (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat*.
- Cahyono, A. (2020). Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Indonesia. *Asy Syar 'Iyyah: Jurnal Ilmu Syari'Ah Dan Perbankan Islam*, 5(2), 202–225. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>
- Cutlip, Scott M, C., Allen H, B., & M., G. (2005). *Effective Public Relations*. PT. Kencana Perdana Media.
- Effendy, O. U. (2002). *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikasi*. Fahira, L., & Syahputra. (2021). Pengaruh Brand Image dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian Cold' N Brew. *JIMEA/Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 2387–2397.
- Ganiem, L. M., & Agustina, A. (2023). Cyber Public Relations Strategies for Enhancing Public Engagement: A Case Study of Koja Hospital Instagram. *Athena: Journal of Social, Culture and Society*, 1(3), 116–129. [https://doi.org/1\(IDN Media , 2024\)0.58905/athena.v1i3.104](https://doi.org/1(IDN Media , 2024)0.58905/athena.v1i3.104)
- Guardian. (2011). *Evelyn Lauder, founder of pink ribbon breast cancer campaign, dies aged 75*.

- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-pokok materi Metodologi penelitian dan aplikasinya*. Ghalia Indonesia.
- Health D. (2023). *Hari Kanker Payudara Sedunia Tanggal Berapa Sih? Kok Beda-beda*. Hsieh, A., & Li, C. (2008). The Moderating Effect Of Brand Image On Public Relations Perception And Customer Loyalty. *Marketing Intelligence & Planning*, 26(1), 92–99.
- Instagram. (2024). *Help Instagram*. Instagram. <https://help.instagram.com/>
- Irawan, P. R., Abdillah, A., & Taryanto, T. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Home Industry Sandal Kulit Kandangwesi Collection Garut. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 3(2), 61. <https://doi.org/10.24853/jmmb.3.2.61-68>
- Kartini, Azhari Harahap, I., Yusdi Arwana, N., & Wahyu Tami Br Rambe, S. (2020). Teori dalam Penelitian Media. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 3(2), 136–140.
- Keller, K. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer Based-Brand Equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1–22.
- Kotler, P., & Keller, K. (2007). *Manajemen Pemasaran* (edisi 12). PT. Indeks.
- Kotler, P., & Profetsch, W. (2008). *B2B Brand Management*. PT. Buana Ilmu Populer.
- Krisyantono. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana.
- Krisyantono. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Raja Grafindo ersada.
- Krisyantono. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Prenada Media.
- Macarthy, A. (2015). *500 Social Media Marketing Tips: Essential Advice, Hints and Strategy for Business: Facebook, Twitter, Pinterest, Google+, YouTube, Instagram, LinkedIn, and More Independently Published*.
- Moleong, L. . (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Muharam, F., Alifahmi, H., & Diana. (2022). Cyber Public Relations Melalui Instagram KT&G Sangsang Univ Indonesia. 7, 777(8.5.2017), 2005–2003.
- Oemi, A. (1993). *Dasar-Dasar Public Relations*. PT. Citra Aditya Bakti.
- Onggo, B. . (2004). *Cyber Public Relations: Strategi Membangun dan*

- Mempertahankan Merek Global di Era Globalisasi Lewat Media Online*. Elex Media Komputindo. Onggo, B. . (2009). *Cyber Public Relations*. PT. Media Elex Komputindo (GramediaGroup).
- P.K, & K.K. (2012). *Marketing Management*.
- Prastowo. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Rineka Cipta.
- Purbakusuma, A. I. M. (2019). Analisis Penyimpangan Tugas Dan Fungsi Public Relations Dalam Membentuk Citra Perusahaan. *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 55–75. <https://doi.org/10.35308/source.v4i2.922>
- Putra, G. N. (2022). Perkembangan Teori Public Relations dan Implikasinya terhadap Penelitian dan Pendidikan Public Relations di Indonesia. *Journal UGM, September*.
- Richardson, Paul, S., Dick, A. S., & Jain, A. K. (1994). Extrinsic And Intrinsic Cue Effects On Perceptions Of Store Brand Quality. *Journal Of Marketing*, 58(4), 28–36.
- Riyanto, A. (2023). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023*.
- Rosalinda, U., Cris Kuntadi, & Rachmat Pramukty. (2022). Literature Review Pengaruh Gcg, Csr Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(6), 667–673. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i6.1108>
- Rusdianto, U. (2014). *Cyber CSR: a guide to CSR communications on cyber media/ Ujang Rusdianto*. Graha Ilmu.
- Savitri, I., Trihapsari, C. M., & Cahyati, M. E. (2022). The Role of Cyber Public Relations In Health Campaign In Pandemic Times. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 56–62. <https://doi.org/10.21070/kanal.v10i2.1667>
- Sehat Negeriku Kemkes. (2022). *Kanker Payudara Paling Banyak di Indonesia, Kemenkes Targetkan Pemerataan Layanan Kesehatan*.
- Shaleh, A., & Furrie, W. (2020). Peran Public Relations Dalam Pemanfaatan Instagram Sebagai Alat Publikasi Untuk Meningkatkan Layanan Masyarakat Di Puskesmas Kecamatan Cilincing (Studi Kasus Pada Akun Instagram @puskesmascilincing). *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(1), 9–16. <https://doi.org/10.31334/lugas.v4i1.936>
- Social, W. (2024). *DIGITAL 2024: 5 BILLION SOCIAL MEDIA USERS*.

- Social, W. A. (2024). *Digital 2023*.
- Subagyo, P. J. (2006). *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*. Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Supada, W. (2020). Efektivitas CSR (Corporate Social Responsibility) Dalam Praktik, Public Relations. *Jurnal Komunikasi*, 1(1), 35–46.
- Supranto. (2000). *Metode Penelitian*. Raja Grafindo Persada.
- Susilo, A., & Sari, E. (2020). Implementasi Program Cyber Public Relations Pt. Kereta Api Indonesia Dalam Mengelola Informasi Publik Di Media Sosial Instagram. *Medium*, 8(1), 18–29.
[https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(1\).4792](https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(1).4792)
- Upgraded.id. (2024). *Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2024*. Xian, & Li, G. (2011). Corporate-, Product-, and User-Image Dimensions and Purchase Intentions. *Journal of Computers*, 6(9).
- Yuliawati, & Irawan, E. P. (2016). Peran Cyber Public Relations Humas Polri Publik Secara Online. *Jurnal Politikom Indonesia*, 1(1), 208–220.
<https://journal.unsika.ac.id/index.php/politikomindonesiana/article/download/308/304/760> (IDN Media , 2024)