

REFERENSI

- Aulia, F., & Firmansyah, M. (2022). Interaksi digital dan pembentukan citra organisasi keagamaan di media sosial. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 11(3), 210–224.
- Campbell, H., & Evolvi, G. (2020). Contextualizing current digital religion research on emerging technologies. *Humanities and Social Sciences Communications*, 7(1), 1–7. <https://doi.org/10.1057/s41599-020-00668-0>
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2019). *Effective public relations* (11th ed.). Pearson.
- Effendy, O. U. (2018). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktik*. PT Remaja Rosdakarya.
- Fauzan, A., & Haryanto, T. (2023). Strategi media sosial lembaga keagamaan dalam meningkatkan keterlibatan publik. *Jurnal Komunikasi Massa*, 14(1), 65–80.
- Hidayat, D. (2018). *Komunikasi dakwah di era digital*. Prenadamedia Group.
- Hidayat, R. (2017). Media digital dan citra lembaga keagamaan di kalangan generasi muda. *Jurnal Komunikasi Islam*, 7(2), 145–160.
- Jefkins, F. (2004). *Public relations techniques* (5th ed.). Butterworth-Heinemann.
- Jefkins, F., & Yadin, D. (2012). *Public relations* (4th ed.). Pearson Education.
- Kaplan & Haenlein (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kurniawan, D. (2024). Konsistensi komunikasi digital dan reputasi organisasi keagamaan di era disrupsi media. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(1), 33–47.
- Lestari, S. (2022). Komunikasi organisasi berbasis nilai dalam pembentukan citra lembaga keagamaan. *Jurnal Komunikasi dan Pembangunan*, 20(2), 171–185.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.
- McQuail, D. (2020). *McQuail's mass communication theory* (8th ed.). SAGE Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2018). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.

- Nasrullah, R. (2017). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2020). *Teori dan riset media siber (Cybermedia)*. Kencana.
- Nuridin. (2019). Komunikasi keagamaan di era media baru. *Jurnal Dakwah*, 20(1), 1–15.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods* (4th ed.). SAGE Publications.
- Pavlik, J. V. (2019). *Mastering the digital media environment*. Routledge.
- Putri, A., & Wibowo, S. (2018). Strategi komunikasi digital dan citra organisasi nirlaba. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 89–102.
- Rahmawati, L. (2020). Pengelolaan konten religius di media sosial dan citra organisasi keagamaan. *Jurnal Komunikasi Religi*, 5(1), 55–70.
- Saldaña, J. (2016). *The coding manual for qualitative researchers* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Sari, D. P., & Nugroho, A. (2016). Strategi komunikasi organisasi keagamaan melalui media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2), 123–136.
- Schroeder, R. (2018). *Social theory after the internet: Media, technology, and globalization*. UCL Press.
- Smith, R. D. (2017). *Strategic planning for public relations* (5th ed.). Routledge.
- Susanto, H., & Pratama, R. (2021). Framing media online dan citra organisasi keagamaan. *Jurnal Media dan Agama*, 6(2), 101–115.
- Van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.
- Watts, J. (2018). Buddhism, media, and digital culture. In M. Morgan (Ed.), *The religion and media handbook* (pp. 299–312). Routledge.
- Zhang, W., & Chen, L. (2021). Digital engagement and online community building in religious organizations. *Journal of Media and Religion*, 20(2), 45–60.