

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Atmoko, Bambang Dwi. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Mediakita.
- Bayu, Deavani Krisna. (2019). *Strategi Public Relations dalam Pengelolaan Media Sosial*. Bandung: PT. Kereta Api Indonesia.
- Cutlip, M. Scott, Allen H. Center, Glen M. Broom. (2007). *Effective Public Relations. Cetakan kedua*. Dialihbahasakan oleh Tri Wibowo. Jakarta: Kencana (Prenada Media Group).
- Effendy, Onong U. (2003). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Evans and McKee. (2010). *Social Media Marketing the Next Generation of Business Engagement*. Canada: Wiley Publishing, Inc.
- Gunelius, Susan. 2011). *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Jefkins, Frank. (1996). *Periklanan, Edisi 3*. Terjemahan dari Harcourt College Publisher. Jakarta: Erlangga.
- Lattimore, Dan, Otis Baskin, Suzette T. Heiman, Elizabeth L. Toth. (2010). *Public Relations Profesi dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika.
- LSPR Research Centre. (2010). *Beyond Borders: Communications Medernity & History*. Jakarta: Stikom LSPR.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moriarty, Sandra, Nancy Mitchell, dan William Wells. (2009). *Advertising Edisi Kedelapan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mowen, John C. dan Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen, Jilid I Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga.
- Nawawi, Hadari. (2001). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Puntoadi, Danis. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT. Elex Komputindo.
- Rachmadi, F. (1993). *Public Relation dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Rakhmat, Jalaludin. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. (2002). *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi, Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Severin, W.J. dan Tankard, J.W. (2008). *Teori Komunikasi, Sejarah Metode, Dan Terapan Di Dalam Media Massa*. Jakarta: Prenada Media.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Terry George R dan Leslie W. Rue. (2010). *Dasar-dasar Manajemen*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Ulum, Ihyaul. (2017). *Intellectual Capital Model Pengukuran, Framework Pengukuran, dan Kinerja Organisasi*. Malang: UMM Press.
- Wardhani, Diah. (2008). *Media Relations Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yulianita, Neny. (2005). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Pusat Penerbitan Universitas Bandung.
- Zarella, Dan (2010). *The Social Media Marketing Book*. USA: Oreilly Media.

### **Data Sekunder**

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2018). *Laporan Survei, Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia Tahun 2018*. Jakarta: APJII.

### **Jurnal Ilmiah**

- Ahadiyah, Kana Lailatul. (2018). Relasi Sosial Antara Kyai Non Politik dan Kyai Politik di Komunitas Religius Pedesaan. *Jurnal SI Sosiologi Universitas Airlangga*.
- Atiko, G., Sudrajat, R.H., dan Nasionalita, K. (2016). Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial oleh Kementerian Pariwisata RI (Studi Deskriptif pada Akun Instagram @indtravel). *e-Proceedings of Management*, 3 (2).
- Malino, Lovvi. (2018). Relasi Sosial Buruh dan Majikan. (Studi Pada Usaha Industri Rumah Tangga Pembuatan Kemplang di Kampung Sekip Rahayu Kelurahan Bumi Waras Kota Bandar Lampung). Skripsi. Universitas Lampung.

Reitz, Amy. (2012). Social Media's Function in Organizations: A Functional Analysis Approach. *Global Media Journal Volume 5, Issue 2*, 41-56.

Syuderajat, F. (2017). Pengelolaan Media Sosial Oleh Unit Corporate Communication PT GMF Aeroasia. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 9 (2), 81-97.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
YOGYAKARTA