

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, R. D. (2022, Desember 24). *dianisa*. Diambil kembali dari dianisa.com: <https://dianisa.com/pengertian-instagram/>
- Atmoko, D. B. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta : Media Kita.
- Basit, A., & Rahmawati, H. T. (2017). Cyber Public Relations (E-PR) dalam Brand Image Wardah Kosmetik dengan Pendekatan Mixed Method. *Journal of Communication (Nyimak) Vol. 1, No.2* , 197-208.
- Darwadi. (2019). Pembentukan CItra Positif Perusahaan melalui Cyber Public Relations. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol. 8 No. 8.
- Habibah, A. F. (2021). Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis -JTEKSIS 3 (2)*, 350-363.
- Hidayat, D. (2014). *Media Public Relations: Pendekatan Studi Kasus Cyber Public Relations sebagai Metode Kerja PR Digital*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15e*. Boston: Pearson Education.
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi* . Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, R. (2012). *Public Relations Writing (edisi ke-2)*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Lewis, B. (2010). Social Media and Strategis Communication Attitudes and Perceptions among College Students. *Public Relations Journal*, 4.
- Makmur, R. (2016). *Bisnis Online*. Bandung: Informatika.

- Moleong, L. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda Karya.
- Mulyana, D. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya (Kedelapan)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Onggo, B. J. (2004). *Cyber Public Relations*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- PAMUNGKAS, D. S. (2021). *Aktivitas Cyber Public Relations Pt. Mandom Indonesia Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Produk Gatsby Melalui Akun*
http://eprints.ubhara.ac.id/1187/%0Ahttp://eprints.ubhara.ac.id/1187/1/SKR_IPSI_DEDIK_REVISI_SIDANG_BARU_FIINNAALLL.pdf
- pratama, K. A. (2019). *CYBER PUBLIC RELATIONS (CPR) DALAM MENINGKATKAN CITRA KEPOLISIAN DAERAH JAWA TIMUR. SKRIPSI*. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Putri, C. S. (2016). Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Volume 1, hal. 595.
- Rosli, T., Muniandy, Y., & Jasmi, K. A. (2019). Media Sosial dan Impak Tingkah Laku Menurut Islam. *Universiti Teknologi Malaysia*, 8.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rulli, N. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sangadji, E., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Satori, D., & Komariah, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektivitas Komunikasi. *E-Journal Bina Sarana Informatika*, 1-2.
- 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.
- Siyoto, D. S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Solis, B. (2010). *ENGAGE! The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Tjiptono, F. &. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi.

