

DAFTAR PUSTAKA

- Adilia, T. (2022). *Pengaruh Efektivitas Pesan CSR, melalui Instagram terhadap Pembentukan Citra* , 114-123.
- Alyusi, S. D. (2019). *Media Sosial: Interaksi, identitas dan media sosial* , 1-18.
- Astari Clara Sari, R. H. (2018). *Komunikasi dan media sosial*, 3.
- ASTARI CLARA SARI, R. H. (2018). *KOMUNIKASI DAN MEDIA SOSIAL*, 3-8.
- Astri, H. (2014). KEHIDUPAN ANAK JALANAN DI INDONESIA: FAKTOR PENYEBAB, TATANAN HIDUP DAN KERENTANAN BERPERILAKU MENYIMPANG. 2-5.
- Atmadiwangsa, M. F. (2022). *Konstruksi Citra Diri melalui Media Sosial Instagram*, 1-5.
- Desi Damayani Pohan, U. S. (2021). *JENIS JENIS KOMUNIKASI*, 1-9.
- Dinda Sekar Puapitarini, R. N. (2019). *Pemanfaatan Media sosial sebagai media promosi*, 71-80.
- Dister, N. S. (2018). *Simbolisasi Religius Dalam Citra Dan Ritus: Sebuah Tinjauan Psikologi Agama*, 36-50.
- Ella AnastasyaSinambela, C. c. (2022). *Pengaruh citra diri, kepribadian dan kelompok acuan terhadap kualitas hubungan merek*, 80-85.
- Feroza, C. S. (2020). *PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM*, 1-10.
- Gardjito, M. (2010). *Serba-Serbi Tumpeng Dalam Kehidupan Masyarakat Jawa*, 22-33.
- Hariyanto, O. I. (2016). *Pergeseran Makna Sakral dan Fungsi Tumpeng di Era Globalisasi*, 63-69.

- Herlinda Dewi Astuti, I. E. (2015). *HUBUNGAN ANTARA CITRA DIRI DENGAN SIKAP PADA MAHASISWA*, 7-14.
- Hidayah, S. N. (2020). *Konsep Pendidikan dan Kebebasan Anak Punk Street*, 645-651.
- Hildan Udayana, B. I. (2017). *Ekspeci cinta dan citra religius dalam novel atheis karya achdiat kartamihardja*, 218-225.
- Ismail, A. (2016). *Al Qalam. Ziarah ke Makam Wali; Fenomena Tradisional di Zaman Modern*, 149-164.
- Jefkins, F. W. (1992). *Essentials of Public relations*. Singapore: Heinemann Asia.
- Kertamukti, R. (2015). *Instagram Dan Pembentukan Citra* , 58-59.
- Mumfangati, T. (2007). *Makna, tradisi dan simbol . tradisi ziarah makam leluhur pada masyarakat jawa*, 152-159.
- Nurillah Alfajria, I. S. (2015). *Ensiklopedia Tumpeng*, 4.
- Nursafitri, D. (2021). *Analisis Pembentukan Citra Pada Media Sosial*, 47-58.
- Putri, N. (2018). *Pembentukan Citra Diri Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas dr*, 121.
- R, S. W. (2018). *STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN*, 33.
- Rina Marlina Fitriana, U. Y. (2021). *Hubungan Motif Penggunaan Instagram Sebagai Media Pembentukan Citra Dengan Presentasi Diri*, 278-293.
- Rohman, A. (2009). *Fenomena Anak Punk: Sisi Lain Mengenai Ruwetnya Permasalahan Anak Jalanan di Indonesia*, 52-55.
- Sari, A. A. (2017). *Dasar-dasar Public Relations Teori dan Praktik*, 1-15.
- Setiadi, A. (2016). *Pemanfaatan Media Sosial untuk efektifitas komunikasi*, 16.
- Setiawan, B. (2016). *Tradisi ziarah kubur: agama sebagai konstruksi sosial pada*

masyarakat di bawean, kabupaten gresik, 247 - 261.

Udayana, H. (2017). Bambang Indiatmoko. *Ekspresi cinta dan citra religius dalam novel atheis karya achdiat kartamihardja, 218-225.*

Wahidin Saputra, E. S. (2023). *Strategi Komunikasi Dakwah Pada Komunikasi Dalam Mmbentuk citra Positif, 3.*

Zikri Fachrul Nurhadi, A. W. (2018). *Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi, 90-95.*

