

DAFTAR PUSTAKA

- Alifahmi, H. (2005). *Sinergi Integrasi Iklan, Komunikasi, Public Relations, Pemasaran dan Promosi*. Bandung: Mizan Media Utama.
- Annur, C. M. (2023, February 28). *Pengguna YouTube di Indonesia Peringkat Keempat Terbanyak di Dunia pada Awal 2023*. Retrieved October 18, 2023, from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/28/pengguna-youtube-di-indonesia-peringkat-keempat-terbanyak-di-dunia-pada-awal-2023/>
- Ardianto, E. (2004). *Public Relations*. Bandung: Bani Quraisy.
- Ardianto, E. (2016). *Metodologi Penelitian Humas Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Ardianto, S. S. (2007). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Bangun, E. P., Koagouw, F. V., & Kalangi, J. S. (2019). Analisis Isi unsur kelengkapan berita pada media online manadopostonline. com. *Acta Diurna Komunikasi*, 1(3).
- Bernays, E. L. (1952). *Public Relations*. University of Oklahoma Press.
- Cangara, H. (1998). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Carig M. Parker, D. S. (2011). Can Qualitative Content Analysis be Adapted for use by Social Informaticians to Study Social Media Discourse? A Position Paper. *Association for Information Systems*.
- Dan Lattimore, O. B. (2010). *Public Relations Profesi dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Effendi, O. U. (1993). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

- Effendy, O. U. (2000). *Ilmu Komunikasi: teori dan praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Erick Hartawan, D. L. (2021). PENGARUH IKLAN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 219.
- Erwin, J. T. (2021). Problematika Dakwah di Media Sosial. *Insan Cendikia Mandiri*, 1-86.
- Fajri, C. (2017). Peran Humas dalam Meningkatkan Loyalitas Stakeholders Universitas Ahmad Dahlan. *Vol. 47 No.1*(Kajian Ilmu Komunikasi).
- Gudykunts, W. B. (2003). *Cross Cultural and Intercultural Communication*. United States of America: Sage Publications.
- Haenlein, A. M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunitis of Social. *Bussiness Horizon*, 59-68.
- Holsti, O. R. (1969). *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Addison: Wesley Publishing Company.
- Jefkins, F. (2004). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kluivert Hizkia Walukow, W. S. Manopo dan Olivia Walangitan. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Komunikasi Pemasaran Terhadap. *Productivity*, 13.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milinieum, Edisi Kesepuluh*., Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kriyanto, R. (2008). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Pernada Media Group.
- Laksana, Z. M. (2015). *Manajemen Public Relations (Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat)*. Bandung: Pustaka Setia.

- Londa, J. W. (2014). PERAN PETUGAS HUMAS SEBAGAI KOMUNIKATOR PEMBANGUNAN (Studi di Bagian Humas Kantor Pemerintah Kabupaten Minahasa Selatan). *Volume III No. 02*.
- Mulawarman, d. A. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya. *Buletin Psikologi*, 37.
- Mustafa, N. R. (2017). Strategi Humas dalam meningkatkan Citra Kantor Kesyahbandaran Utama Makassar di Pelabuhan Kesyahbandaran Makassar (Analisis Deskriptif Kualitatif). 6 (3)(Jurnal Ilmu Sosial dan Politik).
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nilamsari, N. (2014). MEMAHAMI STUDI DOKUMEN DALAM PENELITIAN KUALITATIF. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 178.
- Nugraha, A. R. (2014). Fungsi Humas Kabupaten Sumedang dalam Mengkampanyekan Sumedang Sebagai Puseur Budaya Sunda (SPBS). *Volume 13 No. 1*. Retrieved from <https://doi.org/10.17509/edutech.v13i1.3220>
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Pawito, d. C. (1994). *Teori-Teori Komunikasi. Buku Pegangan Kuliah*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Ruslan, R. (2002). *Manajemen Humas & Komunikasi : Konsepsi & Aplikasi*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Ruslan, R. (2002). *Manajemen Humas dan Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, R. (2010). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Scott M.Cutlip, A. H. (2006). *Effective Public Relations* . Jakarta: Kencana Prenada.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif R & D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suprpto, T. (2006). *Pengantar Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Suprayogo, T. d. (2001). *Metodologi Penelitian Sosial - Agama*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Wiharjo, K. E. T. (2022). *Analisis Isi Pesan Moral Pada Serial Podcast Youtube Dedy Corbuzier Dalam Episode " Saya Bongkar Semua Siksa Gaga Ke Laura"* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA).
- Yonatan, A. Z. (2023, June 21). *Menilik Pengguna Media Sosial Indonesia 2017-2026*. Retrieved October 18, 2023, from GoodStats: <https://data.goodstats.id/statistic/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUAlp>
- Yonatan, A. Z. (2023, June 18). *Menilik Pengguna Media Sosial Indonesia 2017-2026*. Retrieved from GoodStats: <https://data.goodstats.id/statistic/agneszeffanyayonatan/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUAlp/>