

DAFTAR PUSTAKA

- Bajri, R. A. D. (2019). Tujuh ‘C’ Dalam Program Humas Jakarta Smart City. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 1(1), 48–65. <https://doi.org/10.33376/is.v1i1.349>
- Edosomwan, S., Prakasan, S. K., Kouame, D., Watson, J., & Seymour, T. (2011). The History of Social Media and its Impact on Business. *Management*, 16(3), 79–91. <http://search.proquest.com.eproxy.ucd.ie/docview/889143980>
- George, D. R. (2011). “Friending Facebook?” A minicourse on the use of social media by health professionals. *Journal of Continuing Education in the Health Professions*, 31(3), 215–219. <https://doi.org/10.1002/chp.20129>
- Global Digital Report. (2019). Trends Shaping Social in 2019. *We Are Social*. <https://wearesocial.com/uk/thinkforward-2019>
- Haditya, Y. T. (2022). *Strategi Public Relations PT Telkom Witel SUMUT Dalam Meningkatkan Brand Awarenes Pada Brand Awareness Pada Produk My Orbit Di Kota Pematangsiantar*. Univeritas Sumatera Utara.
- Hamdi, M. Z. (2023). *Strategi Public Relations PT Telkom Witek Rikep Batam Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Melalui Media Sosial*. Telkom University.
- Houston, A., Division, O. S., Quality, T., & Office, L. (2018). Survey Handbook. *Office*, 1–19.
- Jawiyah, I. N., & Fahmi, M. H. (2017). Manajemen Public Relations PT. Lativi Media Karya (tvOne) Melalui Program Acara One Pride MMA Public Relations Management PT. Lativi Media Karya (tvOne) Through One Pride MMA Event Program. *prosiding Hubungan masyarakat*, 602–608.
- Lani, O. P., & Handayani, B. (2021). Peranan Humas Pemerintahan (Government Public Relations) dalam Menciptakan Reputasi Pemerintahan yang Baik. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 130–140. <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i2.4071>

- Masrifah Cahyani, A. (2020). Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam Melayani dan Menggali Potensi Masyarakat Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 1–16. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.1-16>
- Muslim, M. (2018). Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, Dan Jenis Penelitian Dalam Ilmu Komunikasi. *Media Bahasa, Sastra, dan Budaya Wahana*, 1(10), 77–85. <https://doi.org/10.33751/wahana.v1i10.654>
- Oktina, D. A., Sari, E. S., Intan Angelina Sunardi, I. A., Hanifah, L. N., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Penerapan Strategi Csr (Corporate Social Responsibility) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada Pt. Pertamina (Persero) Tahun 2018. *Competence : Journal of Management Studies*, 14(1), 184–202. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v14i1.7170>
- Permatasari, A. N., Soelistiyowati, E., Ayu, I. G., Puji, P., & Mada, U. G. (2021). *Digital Public Relations : Trend and Required Skills Kehumasan Digital : Tren dan Kompetensi yang Dibutuhkan*. 6(2), 373–386.
- Populix. (2023a). *Subjek Penelitian: Definisi, Ciri-Ciri, dan Macamnya*. <https://info.populix.co/>. <https://info.populix.co/articles/subjek-penelitian-adalah/>
- Populix. (2023b). *Wawancara: Pengertian, Jenis, Fungsi, Tahap, dan Tips*. <https://info.populix.co/>. <https://info.populix.co/articles/wawancara-adalah/>
- Pratiwi, P. Y., Haninda, A. R., & Komunikasi, I. (2021). *STRATEGI MANAJEMEN KRISIS PUBLIC RELATIONS DALAM MENGEMBALIKAN KEPERCAYAAN KARYAWAN*. 3(1), 39–58.
- Smirnova, Z. V., Lebedeva, T. E., Shkunova, A. A., Krylova, V. T., & Lazutina, A. L. (2020). A study of consumer attitudes towards company image. *International Journal of Management*, 11(5), 803–812. <https://doi.org/10.34218/IJM.11.5.2020.073>
- Uno, H. B. (2020). Prosiding Webinar Magister Pendidikan Dasar Pascasarjana Universitas Negeri Gorontalo “ Pengembangan Profesionalisme Guru Melalui Penulisan Karya Ilmiah Menuju Anak Merdeka Belajar. *Pardigma Penelitian*, 85–94.

We Are Social. (2023). *2023 April Global Statshot Report*. wearesocial.com.
<https://datareportal.com/reports/digital-2023-april-global-statshot>

Zeng, B., & Gerritsen, R. (2014). What do we know about social media in tourism? A review. *Tourism Management Perspectives*, 10, 27–36.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2014.01.001>