

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, S. N. (2022, Desember 20). *Manfaat Media Sosial bagi praktisi Public relations*. From blogspot.com: <http://sitiaina121294.blogspot.com/2016/01/manfaat-media-sosial-bagi-praktisi.html?m1>
- Antoni, R. (2019). Strategi Komunikasi Humas Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Kota Bandung.
- Antonius Juniadhi Soekendar, P. P. (2023). Difusi Inovasi untuk Keberlanjutan Bisnis Ritel Kecil: Strategi Pemasaran Digital. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*.
- Ardianto, E. d. (2018). *Komunikasi Massa; Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Birrul, I. F. (2021). Identifikasi potensi visual sebagai dasar pengembangan perancangan lanskap The Bay Villas.
- Butterick, K. (2019). *Introducing Public Relations Theory and Practice* . London : ECIY ISP.
- Cahyani, A. M. (2019). Strategi Komunikasi Humas Perusahaan Kota Surabaya. *Skripsi*, 2.
- Chaffey, D. &-C. (2019). Digital Marketing. *Pearson UK* , .
- Clear, J. (2021, Agustus 29). *Why Stories Sell: Transportation Leads to Persuasion*. From jamesclear.com/: <https://jamesclear.com/transportation-persuasion>
- Cutlip, S. M. (2013). *Effective Public Relations*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Dkk, E. N. (2021). Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology.
- Effendy. (2011). Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek.
- Eriyanto. (2021). *Analisis Jaringan Media Sosial*. Jakarta : Kencana.
- Fitrah, M. D. (2017). *Metode Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak.
- Gonel. (2023, Maret 14). *Contoh-contoh Gambar: Membuat Konten Visual yang Menarik dan Berkualitas*. From gonel.id: <https://www.gonel.id/contoh-contoh-gambar/>
- HaenLein, A. K. (2020). User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media. *Business Horizons*.
- Helianthusonfri, J. (2018). *Panduan SEO Lengkap untuk Blogger*. Jakarta: PT Elex Media

Komputindo.

- Hensyah, N. P. (2021). Strategi Humas Dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Publikasi (Studi Deskriptif di PT Pupuk Sriwidjaja Palembang, Sumatera Selatan).
- Hervina, E. (2020). Pengaruh Kualitas Sistem Informasi Manajemen Daerah (Simda) Dan Kualitas Informasi Akuntansi Terhadap Kepuasan Pengguna Akhir. *Skripsi*, 30.
- Isti, A. (2023, Juni 14). *Inspiratif adalah Hal Mengandung Inspirasi, Pahami Perbedaannya dengan Motivasi*. From Merdeka.com: <https://www.merdeka.com/jateng/inspiratif-adalah-hal-mengandung-inspirasi-pahami-perbedaannya-dengan-motivasi-kln.html>
- Kim, J. &. (1997). Telepresence via television: Two dimensions of telepresence may have different connections to memory and persuasion. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3(2).
- Kim, J. &. (2013). EFL learners' engagement in Facebook-embedded informal language learning: A preliminary investigation. *Computer Assisted Language Learning*, 507-526.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana Perdana.
- Kriyantono, R. (2014). *Teori Public Relations Perspektif Barat Dan Lokal: Aplikasi Penelitiandan Praktik*. Jakarta: Kencana.
- Laksana, W. M. (2015). *Manajemen Publik Relation (Panduan Efektif Pengolahan Hubungan Masyarakat*. Bandung: Pustaka Setia.
- Mahdi, M. I. (2022, Desember 20). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. From dataindonesia.id: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Mahmudah, Z. (2020). Optimalisasi Peran *Public Relations* Dalam Mengawal Reputasi Industri Pertambangan.
- Mawati, T. F. (2021). *Strategi Pembelajaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Nuraeni, S. D. (2017). Nalisis Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Instagram Pada Pt.Niion Indonesia. *Thesis*, 282.
- Prafitasari, A. (2023, Mei 13). *3 Aspek Visual pada Kegiatan Bereksperimen dalam Seni Rupa*. From grid.id: <https://adjar.grid.id/read/543784526/3-aspek-visual-pada-kegiatan-bereksperimen-dalam-seni-rupa?page=all>
- Pratama. (2011). Pengaruh Media Sosial Instagram @Exploremalang Terhadap Minat Berkunjung Followers Ke Suatu Destinasi (Survei Padafollowers @Exploremalang).
- Raco. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta:

Gramedia Widiasarana Indonesia.

- Rahmat, N. A. (2021, Januari 20). *Jenis – Jenis Konten Marketing Terbaik yang Bagus dan Menarik*. From daya.id: <https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/pemasaran/jenis---jenis-konten-marketing-terbaik-yang-bagus-dan-menarik#:~:text=%2D%20Informatif%3A%20berisikan%20informasi%20yang%20seda ng,bertujuan%20untuk%20menambah%20pengetahuan%20audiens>.
- Ridho. (2022, Desember 20). *8 Tips Meningkatkan Kinerja Media Sosial*. From socialmedia-award.com: <https://www.socialmedia-award.com/news/detail/8-tips-meningkatkan-kinerja-media-sosial/>
- Riyanto, A. D. (2023, Juni 12). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023*. From andi.link: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>
- Saleh, C. e. (2013). *Pengembangan Kompetensi Sumber Daya Aparatur*. Malang: UB press.
- Silviani. (2020). *Human Relations dan Humas*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suyanto. (2007). *Marketing Strategy TOP Brand Indonesia*. Yogyakarta : C.V Andi.
- Vera, N. (2014). *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Widijanuarto, H. &. (2013). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Wujarson. (2022). *Komunikasi Massa*. Jakarta : Pustaka Setia.
- Zebua. (2022). *Marketing Strategy For Beading Crafts Products Using Social Media In Smp Negeri 2 Na Ix-X Sumberjo*.