

DAFTAR PUSTAKA

- Alkarim, W.S. (2023). Penyebaran Informasi Public Relation Pusat Karir UIN Syarif Hidayatullah Jakarta di Instagram. WARO SUFI ALKARIM- FDK.pdf, Title No ummah. khoerul.
- Masindo, A. A. (2018). Strategi Public Relations Detikcom dalam Meningkatkan Brand Loyalty. In *Repository UINJkt*.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/43880>
- Wardhana, A. A. (2020). Strategi Komunikasi Humas Pemkot Madiun Dalam Mensosialisasikan Program Kerja Pemerintah Melalui Media Sosial. IAIN Ponorogo, 1–84.
- Deffani, M. (2014). Hubungan Antara Kredibilitas Customer Service dengan Sikap Pelanggan dengan sub judul studi korelasional mengenai Kredibilitas Customer Service dengan Sikap Pelanggan terhadap PDAM Tirta Keta Raharja Kabupaten Tangerang. Metode yang digunakan metode korelasional.
- Pratama, F. (2020). Pengelolaan Media Sosial Instagram oleh Humas sebagai Media Informasi Publik pada Pemprov Riau. In *Pengelolaan Media Sosial Instagram Oleh Humas Sebagai Media Informasi Publik Pada Pemprov Riau* (Issue 4210).
[https://repository.uin-suska.ac.id/72028/1/GABUNGAN KECUALI BAB V.pdf](https://repository.uin-suska.ac.id/72028/1/GABUNGAN%20KECUALI%20BAB%20V.pdf)
- Ruzaimah, C. D. (2018). *Peran Humas Polda Aceh dalam Meningkatkan Citra Polisi*.
[https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/2651/%0Ahttps://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/2651/1/CUT DESI RUZAIMAH.pdf](https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/2651/%0Ahttps://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/2651/1/CUT%20DESI%20RUZAIMAH.pdf)
- Utari, M (2017). *Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya*. *JOM FISIP*. 4(2), 1–22.
- A Khairunisa, 2016. (2016). *Humas/Public Relations*. 4(1), 1–23.

- Farleni & Widayatmoko. (2014). Peran Public Relation Kepolisian Republik Indonesia Melalui Media Relation Dalam Membangun Citra Yang Lebih Baik. *Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanegara*.
- Sulianta, F. (2015). *Feri Sulianta, Keajaiban Sosial Media (Jakarta: PT Gramedia, 2015)*
- M. Nisrina, *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial dalam Meraup Uang , (Yogyakarta: Kobis, 2015), 137. 12. 12-40.*
- Ayu Oktaviani. (2023). Strategi Komunikasi Humas PEMKO Pekanbaru Dalam mengelola Media Sosial Instagram@dokpimpekanbaru Sebagai Media Informasi. *Skripsi*.
- Baskara, M. A. (2023). *STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT PARTAI PERSATUAN PEMBANGUNAN DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA ATAS KASUS OKNUM KORUPSI PADA KOTA MEDAN SKRIPSI*
Diajukan (Vol. 13, Issue 1).
- Fawwaz, R. A. (2023). Strategi Komunikasi Persuasif Lembaga Amil Zakat Nasional Al-Irsyad Purwokerto Dalam Membangun Motivasi Bersedekah Donatur Melalui Instagram. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*.
- Haris, Y. Y. (2022). *STRATEGI HUMAS KEMENTERIAN AGAMA PROVINSI BANTEN DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM MODERASI BERAGAMA. 8.5.2017, 2003-2005.*
- Harlies, M. H. (2016). *STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS RUMAH QURAN ASKAF DALAM MENINGKATKAN JUMLAH SANTRI DI MASA PANDEMI COVID-19. 1-23.*
- Idham Saputra, D. (2023). *Impression Management Humas Taman Baca Masyarakat Kebun Literasi Dalam Meningkatkan Citra Komunitas. 1- 139.*

- Jourdan, M. (2016). *Strategi Public Relations Politik Dalam Kampanye Pemenangan Pemilihan Kepala Daerah*.
- Mustafa, N. (2017). Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Kantor Kesyahbandaran Utama Makassar. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 6(3), 30–43.
- Nurdiansyah. (2018). *Diajukan kepada Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi* (Nurdiansyah (ed.); Nurdiansy). 2018. Nurudiansyah 2018, Peran Humas Kementerian Sekretariat Negara Dalam Menunjang Keterbukaan Informasi Publik
- Putra, M. I. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS LEMBAGA PENGKAJIAN PANGAN, OBAT-OBATAN, DAN KOSMETIKA (LPPOM) MAJELIS ULAMA INDONESIA (MUI) DKI JAKARTA DALAM MENSOSIALISASIKAN SERTIFIKASI HALAL KEPADA UMKM Skripsi. In *Nucl. Phys.* (Vol. 13, Issue 1).
- Rakinnia, J. S. (2023). Efektivitas Komunikasi Humas Dalam Penyebaran Informasi Di Platform Twitter Dan Instagram @Barantan_RI. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Robbani, F. M. (2016). Strategi Public Relations Ma'had Al-Zaytun Dalam Mempertahankan Citra Positif di Masyarakat. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*.
[https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/32363/1/FAT HI MULKI ROBBANI.PDF](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/32363/1/FAT_HI_MULKI_ROBBANI.PDF)
- Sabatatan, M. T. (2023). Strategi Komunikasi Humas PT. Ghigha Kompania Terhadap Publik Eksternal. *Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*.
[https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/67656/1/MUHAMMAD TURSUN SABATATAN-FDK.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/67656/1/MUHAMMAD_TURSUN_SABATATAN-FDK.pdf)
- Saputra, E. (2023). *Strategi Calon Legislatif Milenial DPRD DKI Jakarta pada Pemilu Legislatif 2019*. 154.

- Sistriyani, R. (2017). *Peran Humas dalam Membangun Citra di MTS Negeri 1 Kota Tangerang Selatan*. 1–151. [http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/36998/2/RETN O SISTRIYANI-FITK.pdf](http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/36998/2/RETN%20SISTRİYANI-FITK.pdf)
- Wicaksono, W. (2021). *Strategi Dakwah Kang Ucay Dalam Membangun Personal Branding*.
- YULIANI, R. (2018). *STRATEGI HUMAS POLDA SUMSEL UNTUK MEWUJUDKAN POLISI YANG PROFESIONAL, MODERN DAN TERPERCAYA (POLISI PROMOTER) SKRIPSI*.
- GOOD, G. (2015). Strategi Karo SDM Polisi Daerah Sumatera Selatan Dalam Meningkatkan Citra Positif Bagi Masyarakat. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1(April), 36–50.
- Unique, A. (2016). *Strategi Ditreskrimsus Polda Sumsel Dalam Menangani Masalah Narkoba Yang Ada Di Sumatera Selatan*. 0, 1–23.
- YULIANI, R. (2018). *STRATEGI HUMAS POLDA SUMSEL UNTUK MEWUJUDKAN POLISI YANG PROFESIONAL, MODERN DAN TERPERCAYA (POLISI PROMOTER) SKRIPSI*.
- Yulianto, E., Yani, A., & Nurajijah. (2018). Strategi Humas Dalam Mengelola Media Sosial Untuk Meningkatkan Citra Positif Bagi Masyarakat Sumsel. In *Jurnal TECHNO Nusa Mandiri* (Vol. 15, Issue 1, pp. 57–62).
- Anggraeni, R. N., & Fauzi, R. (2021). Strategi Humas Kepolisian dalam Membentuk Citra Organisasi Polri. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 7(1), 429–436. <http://dx.doi.org/10.29313/.v7i1.27246>
- Hardi, W. (2017). Strategi Komunikasi Press Release Humas Dalam Membuat Berita Untuk Informasi Kepada Masyarakat". *Press Release*, 20–60.

Kusuma, E. G., & Nugroho, A. Y. A. (2021). Analisis Pengaruh Source Credibility Dan Endorser Nationality Terhadap Minat Beli Produk Maybelline. *Ejournal.Atmajaya.Ac.Id*, 13(2),32–52.
<https://ejournal.atmajaya.ac.id/index.php/transaksi/article/view/3403>

Wardhana, R. I. 12523220. (2019). Penggunaan Software Multimedia Sebagai Pembelajaran Kurikulum Baru pada Metode ADDIE (Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation)". *Universitas Islam Indonesia*, 1998, 6–13.
<https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/16618>