

DAFTAR PUSTAKA

- Audina, R., & Atnan, N. (2019). *PERAN BANDUNG CREATIVE HUB DALAM MEMBANGUN CITY BRANDING KOTA BANDUNG SEBAGAI KOTA KREATIF THE ROLE OF BANDUNG CREATIVE HUB IN FORMING BANDUNG'S CITY BRANDING AS CREATIVE CITY.*
- Basrun Umanailo, M. C. (n.d.). *Paradigma Konstruktivis.*
- Claudia Nada, M. M., Max R, R., & Onsu, R. R. (2018). *PERAN HUMAS DALAM MEMBANGUN CITRA PEMERINTAH DAERAH KABUPATEN MINAHASA SELATAN.*
- Damayani Pohan, D., & Fitria, U. S. (2021). JENIS JENIS KOMUNIKASI. In *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies* (Vol. 2, Issue 3). <http://pusdikra-publishing.com/index.php/jrss>
- Damayanti Putri, Y., & Armien, M. (2023). *Strategi Humas Pemerintahan Kota Bandung dalam Mengelola Media Sosial Instagram @humas_bandung.* <http://Jiip.stkipyapisdompnu.ac.id>
- Dawani, Y., & Ahmadi, D. (n.d.). “City Branding” Bandung sebagai Kota Kreatif *Studi Deskriptif Mengenai City Branding Bandung sebagai Kota Kreatif dalam Menarik Wasatawan Domestik ke Kota Bandung Bandung “City Branding” as Creative City Descriptive Study about Bandung City Branding as Creative City in Attracting Domestic Tourist to.*
- Fitriani, W. (2013). *EFEKTIVITAS PEMBELAJARAN MATA PELAJARAN MUATAN LOKAL BORDIR PADA SISWA TATA BUSANA KELAS XI DI SMK NEGERI 1 KENDAL.* <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/ffe>
- Gunawan, R., & Toni, A. (2022). Strategi Komunikasi Publik Kemenkes RI Dalam Membangun Kesadaran dan Partisipasi Masyarakat Untuk Vaksinasi Covid-19 Melalui Model SOSTAC. *Jurnal Komunikasi*, 16(1), 52–73. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v16i1.13817>

- Hadijah Arnus, S. (2015). *COMPUTER MEDIATED COMMUNICATION (CMC), POLA BARU BERKOMUNIKASI* (Vol. 8, Issue 2).
- Hariyanto, D. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi*.
- Humas Kota Bandung. (2022, October 8). *Humas Jabar Awards 2022 :Urusan Medsos, Kota Bandung Juaranya!*
<https://www.bandung.go.id/news/read/7102/humas-jabar-awards-2022-urusan-medsos-kota-bandung-juaranya>
- Lestari, P. (2023). *STRATEGI KOMUNIKASI BIRO HUBUNGAN MASYARAKAT SEKRETARIAT JENDERAL KEMENTERIAN PERTAHANAN DALAM MENJAGA CURRENT IMAGE MELALUI MEDIA SOSIAL*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah .
- Levansyah, & Priyo Sadono, T. (2018). *PERSONAL BRANDING DALAM KOMUNIKASI SELEBRITIS (STUDI KASUS PERSONAL BRANDING ALUMNI ABANG NONE JAKARTA DI MEDIA SOSIAL “INSTAGRAM”)*.
<http://journal.ubm.ac.id/>
- Maria Nila Anggia, & Muhammad Rifki Shihab. (2019). STRATEGI MEDIA SOSIAL UNTUK PENGEMBANGAN UMKM. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 2(2), 159–170. <https://doi.org/10.21460/jutei.2018.22.125>
- Oktaviani, A. (2023). *Strategi Komunikasi Humas Pemko Pekanbaru Dalam Mengelola Media Sosial Instagram @dokpimpekanbaru Sebagai Media Informasi*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Ong, F. V., & Hartanto, D. D. (2022). Analisis Penerapan Teori Model AISAS Pada Praktek Pembuatan Campaign Imlek 2022 BCA. *Universitas Kristen Petra*, 1(5), 121–131.
- Permini Ening Putu, N. L., & Atmaja Kusuma Wahyu, I. M. (2022). PERAN HUMAS DALAM KEGIATAN PUBLIKASI ONLINE PEMERINTAH DI KABUPATEN BADUNG. *Jurnal MODERAT*, 8(3), 1–13.

- Puspita Sari, W., & Soegiarto, A. (2021). Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Daerah Dalam Mengimplementasikan Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). *Jurnal Communicology*, 6, 188–205.
- Rengkung, C., Tampi, G., & Londa, V. (2021). *KOMUNIKASI PUBLIK PEMERINTAH KOTA MANADO DALAM PENANGANAN COVID-19. VII*, 1–11.
- Rizal Masdul, M., & Masdul, M. R. (2018). Komunikasi Pembelajaran Learning Communication. *Jurnal Ilmu Kependidikan Dan Keislaman*, 13, 1–9.
- Sadik, M. (2023). *STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MEMBANGUN CITRA KOTA PALOPO DI MEDIA SOSIAL FACEBOOK (STUDI KASUS HUMAS PEMERINTAH KOTA PALOPO)*. Institusi Agama Islam Palopo.
- Sugiyono. (n.d.). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Zein Mi'raj, M., & Sya Kurnia, D. (2021). *ANALISIS PEMANFAATAN INSTAGRAM @Kerisdigdayatelkom SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DAN INFORMASI TELKOM REGIONAL IV*.