

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, L. W. (2023). *Aktivitas Digital Public Relations PTPN 1 Regional 2 dalam Penyebaran Informasi Corporate Action*. Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
- Alhabash, S., & Ma, M. (2017). A tale of four platforms: Motivations and uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat among college students. *Social Media + Society*, 3(1).
- Ardianto, E. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, B. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2007). *Effective public relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2016). *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- Devito, J. A. (2009). *The Interpersonal Communication Book* (13th ed.). Boston: Pearson.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Flew, T. (2008). *New Media: An Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Gassing, S., & Suryanto. (2016). *Public Relations*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Husaini. (2022). Kepercayaan publik sebagai modal sosial dalam organisasi. *Jurnal Komunikasi*, 12(2).
- Jefkins, F. (2003). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kholis, N. (2022). Pemanfaatan media sosial Instagram dalam strategi digital public relations bagi industri perhotelan. *Jurnal Komunikasi*, 10(1).

- Kvale, S. (2007). *Doing Interviews*. London: Sage Publications.
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. Dalam L. Bryson (Ed.), *The Communication of Ideas*. New York: Harper & Row.
- Ledingham, J. A. (2003). Explicating relationship management as a general theory of public relations. *Journal of Public Relations Research*, 15(2), 181–198.
- Lievrouw, L. A., & Livingstone, S. (2006). *Handbook of New Media*. London: Sage Publications.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Lovejoy, K., & Saxton, G. D. (2012). Information, community, and action: How nonprofit organizations use social media. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 337–353.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London: Sage Publications.
- Miftah, M. (2008). Strategi komunikasi efektif dalam pembelajaran. *Jurnal Teknodik*, 12(2), 84–94.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38.
- Moss, D., & DeSanto, B. (2022). *Public Relations: Principles and Practice*. London: Sage.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Notoatmodjo, S. (2012). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Putra, D. P. B. P. (2020). Pengembangan desa wisata Carangsari dan partisipasi masyarakat lokal. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 22(2), 1–15.
- Putra, R. A. (2023). Strategi public relations dalam pengelolaan media sosial Instagram untuk membangun kepercayaan publik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2).
- Rachman, A. (2020). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Rawlins, B. (2008). Measuring the relationship between organizational transparency and employee trust. *Public Relations Journal*, 2(2).
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovations* (3rd ed.). New York: Free Press.
- Ruslan, R. (2016). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Safko, L., & Brake, D. K. (2009). *The Social Media Bible*. New Jersey: Wiley.
- Schramm, W. (1954). *The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana: University of Illinois Press.
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. Illinois: University of Illinois Press.
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2010). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Teguh, M. (2024). Pemanfaatan Instagram untuk digital government public relations dalam membangun kepercayaan publik. *Jurnal Administrasi Publik*, 14(1).
- West, R., & Turner, L. H. (2010). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. New York: McGraw-Hill.
- Widjajanti, K., & Sugiyanto, E. K. (2015). Gaya kepemimpinan dan good governance sebagai upaya peningkatan excellent service dan kepercayaan masyarakat (Studi kasus Dinperindag Jawa Tengah). *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 17(2), 270–284.