

Daftar Pustaka

- Abimanyu, S. d. (2008). Strategi Pembelajaran.
- Arianto, A. (2017). Strategi Pembentukan Citra Organisasi yang Baik (Studi Kasus Pada PT. Pembangunan Perumahan). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 121-132.
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 46-62.
- Creswell, J. W. (2014). Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. *Sage publications*.
- Cutlip, M. S., Center, A., & Broom, G. M. (2006). *Efektif Public Relations*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Dewi, R. K. (2018). Pengaruh Strategi Konten dan Interaksi dengan Pengguna Terhadap Engagement di Instagram (Studi Kasus pada Restoran Jepang di Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1-8.
- Eriyanto. (2018). Komunikasi Organisasi.
- Fajar, M. F. (2019). Pengaruh media sosial terhadap keterbukaan dan kepercayaan.
- Farisa, F. C. (2022, Oktober 27). *Survei Litbang "Kompas": Citra Polri Berada di Titik Terendah dalam 2 Tahun Terakhir*. Retrieved from Kompas.Com: <https://nasional.kompas.com/read/2022/10/27/09374821/survei-litbang-kompas-citra-polri-berada-di-titik-terendah-dalam-2-tahun>
- Hadi, S. (2017). Teori komunikasi: Perspektif, metode, dan aplikasi. *Prenada Media*.
- Haryatmoko. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Ombak.
- Imas Permasih, Y. Z. (2018). Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 25-46.
- Kasenda, Y. M. (2020). Peranan Humas dalam Membangun Citra Perusahaan Air Minum (PDAM) Jayapura.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity*.
- Kurniawan, T. A. (2019). The Effectiveness of Corporate Social Responsibility (CSR) Programs on Brand Image and Customer Loyalty: A Study in Retail Industry. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 16(1), 49-59.
- Lani, O. P., & Handayani, B. (2021). Peranan Humas Pemerintahan (Government Public Relations) dalam Menciptakan Reputasi Pemerintahan yang Baik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Lubis, E. E. (2012). Peran Humas dalam Membentuk Citra Pemerintah. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*.

- Mawarni, S. (2019). The impact of Instagram on youth behavior and lifestyle in Indonesia. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (iJET)*, 163-175.
- Meirianti, A. R. (2018). Efektivitas Cyber Public Relations pada Media Sosial Instagram Satpol PP Kota Surabaya. *Jurnal Magister Media dan Komunikasi Universitas Airlangga*.
- Mustajab, R. (2023, January 31). *Indonesia Miliki 97,17 Juta Pengguna Instagram hingga Akhir 2022*. Retrieved from <https://dataindonesia.id/Digital/detail/indonesia-miliki-9717-juta-pengguna-instagram-hingga-akhir-2022>
- Musyarrofah, M. (2018). PERAN HUMAS DALAM PENGEMBANGAN PENDIDIKAN TINGGI. *JURNAL IDAARAH*, 11.
- Mutiah, N. (2017). Kendala dalam Berkomunikasi dan Cara Mengatasinya. . *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 5(2), 271-288.
- Novianti, D. A., Mahriani, R., & Wulantari, R. (2020). Peranan Humas Pemerintah Daerah Dalam Menyebarkan Informasi Pembangunan Daerah (Studi di Kantor Bagian Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Ogan Ilir Tahun 2017). *Jurnal Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Bengkulu*.
- Oktaviani, R. N., & Maring, P. (2019). Peran Humas Polres Metro Jakarta Selatan dalam Mempertahankan Citra Kepolisian melalui Instagram.
- Prastowo, F. A. (2020). Pelaksanaan Fungsi Pokok Humas Pemerintah pada Lembaga Pemerintah. *PROfesi Humas*.
- Prayudi. (2012). *Public Relations Strategik*. Yogyakarta: Komunikasi UPN Press.
- Purwanto, E. A. (2018). Peran humas dalam membangun reputasi positif perusahaan: Studi kualitatif pada perusahaan swasta di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Bisnis Indonesia*, 37-48.
- Rumanti, M. (2002). *Dasar-dasar Public Relations Teori dan Praktik*. PT Gramedia Widiarsarana Indonesia.
- Sari, P. L. (2016). Komunikasi digital dalam era media sosial. *Jurnal Ilmiah Bidang Komunikasi*, 77-85.
- Simon, H. A. (1957). *Models of man: Social and rational; mathematical essays on rational human behavior in a social setting*. New York: wiley.
- Siswanti, T. (2020). NORMALISASI STIGMA KEPOLISIAN NEGERI IMPIAN. *Jurnal Sociopolitico*, 89-95.
- Sitepu, E. S. (2011). *Professional Public Relations*. Medan: USU Press.
- Statista. (2022). *Indonesia: number of Instagram users 2017-2025*.

- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Afabeta.
- Sumantri, A. (2022, Oktober 15). Presiden Instruksikan Polri Kerja Keras Mengembalikan Kepercayaan Masyarakat. Indonesia.
- Wibowo, R. A. (2018). Pengaruh penggunaan Instagram terhadap self-esteem mahasiswa. *Jurnal Psikologi*, 48-57.
- Wicaksono, K. C. (2013). Mengukur Efektivitas Sosial Media Bagi Perusahaan. 551-561.
- Wijayanti, R. D. (2018). Kajian Fenomenologi Pengguna Instagram sebagai Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 29-38.
- Winarno, W. &. (2016). Pengaruh teknologi digital terhadap komunikasi antarpribadi. *Jurnal Interaksi*, 36-45.
- Wulandari, D. &. (2017). Peran Komunikasi dalam Membangun Pemahaman dan Kesepahaman. *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 45(1), 47-53.
- Yusuf, M. &. (2018). Strategi Public Relations dalam Meningkatkan Citra Perusahaan. *Jurnal Komunikasi*, 221-234.