

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman, O. (2021). *Dasar-dasar Public Relations*.
- Abidin, A. R., & Abidin, M. (2021). *Urgensi Komunikasi model stimulus-organism-response (S-O-R) dalam meningkatkan kualitas pembelajaran*. 6(2), 74–90. <https://jurnal.iainambon.ac.id/index.php/ALT/article/view/2525>
- Aprilia, N., Permadi, B., Aqila, F., & Atanta, I. (2023). *Media sosial sebagai penunjang komunikasi bisnis di era digital*. 7(2), 64–74. <https://journal.unuha.ac.id/index.php/utility/article/view/2669>
- Aprilyada, G., & Zidan, M. A. (2023). *Peran Kajian Pustaka Dalam Penelitian Tindakan Kelas*. 1(2), 165–173. <https://doi.org/https://www.riset-iaid.net/index.php/jpm/article/view/1449>
- Arsy Shakila Dewi. (2021). Issn : 0216-003x e-issn : 2807-596x. *Pengaruh Penggunaan Website Brisik. Id Terhadap Peningkatan Aktivitas Jurnalistik Kontributor*, 17(2), 1–14. <https://talenta.usu.ac.id/komunika/article/view/7560>
- Aryani, Y., & Gustian, D. (2020). Regresi Linear Berganda Dalam Prediksi. *Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi*, 2(2), 39–51.
- Ayu, P., & Saraswati, A. (2022). *The Relationship Between the Big Five Personalities and Self-Disclosure in Early Adult Users of Instagram Social Media*. 03(01), 183–194.
- Burhan, S., & Pradana, Y. (2022). *Strategi komunikasi perpustakaan dalam meningkatkan literasi pemustaka*. *Sahafa Journal of Islamic Communication*, 4(2). <https://doi.org/10.21111/sjic.v4i2.7898>
- D.Pohan, U. (2021). *Jenis jenis komunikasi*. 2(3), 29–37. <https://doi.org/http://pusdikra-publishing.com/index.php/jrss>
- Dheriq, A. (2022). *Pengaruh konten Reels Instagram terhadap pembentukan brand image*. <https://digilib.unila.ac.id/69338/>
- Febrina, R. I., Salamah, U., & Sakinah, G. (2024). *Pengaruh Kualitas Informasi*

Terhadap Kepuasan Pengguna Media Sosial Instagram. Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian, 10(1), 84–100.
<https://doi.org/10.52434/jk.v10i1.3703>

Feti Maulyan, Devi drajat, Ria Angliawati, D. S. (2022). *Pengaruh service excellent terhadap citra perusahaan dan loyalitas pelanggan : Theoretical review*. 4(1), 8–17.
<https://pdfs.semanticscholar.org/1f72/8a484731a07ed20f43e2b11102a124ecc52.pdf>

Fitriani, R. (2025). *Pengaruh Konten Media sosial instagram*. Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

Fitriyana Risna, M. M. (2024). *Peran latar belakang penelitian dalam mengembangkan kerangka teoritis kajian literatur*. 5(4), 185–194.
<https://iicls.org/index.php/jer/article/view/280>

Gradianto, J. V., Andiansari, P., Yogyakarta, T., & Yogyakarta, U. T. (2024). *Pengelolaan akun media sosial instagram @keretaapikita oleh Public relations PT Kereta Api Indonesia dalam meningkatkan citra positif*. 9(3), 713–729.
<https://jurnalilmukomunikasi.uho.ac.id/index.php/journal/article/view/260>

Hardjana, A. (2008). Komunisasi dalam manajemen reputasi korporasi. *Ilmu Komunikasi*, 5(1), 1–24.

Hasanati, U., & Aviani, Y. I. (2020). Hubungan Social Comparison dan Self-Esteem pada Pengguna InstagramSyachfira, Nabila Nawangsih, Endah. *Pendidikan Tambusai*, 4(3), 2391–2399.
<http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/psikologi/article/view/23136>

Jantika, D. (2023). *Pengaruh konten akun instagram @pringsewu_foodies terhadap minat beli followers pada produk kuliner di kabupaten pringsewu*.
<https://doi.org/https://digilib.unila.ac.id/73802/>

- Maidelwita, Y., Nopiah, R., Purnama, F., & Indah, S. (2024). *KUANTITATIF* (S. P. G. A. N. M.Pd dan Gusmalia (ed.)). CV. PUSTAKA INSPIRASI MINANG. https://www.researchgate.net/profile/DwiNurharyanto/publication/386987079_Konsep_Penelitian_Kuantitatif/links/675b978ae8d248be65ddf5/Konsep-Penelitian-Kuantitatif.pdf
- Patimah, Zulpan, Dite Umbara Alfansuri, El Munawaroh, & Muhammad Ilyas. (2025). Memahami Dan Menerapkan Uji Korelasi Dalam Analisis Data Penelitian Pendidikan. *Journal Education Innovation (JEI)*, 3(4), 740–752. <https://doi.org/10.65474/f7vd8y11>
- Priscilla, C., & Aulia, S. (2024). Analisis Persepsi Konsumen dan Citra Merek Belanja Online di Floralclothing. *Prologia*, 8(2), 419–428. <https://doi.org/10.24912/pr.v8i2.27652>
- S.Elham, V. sevilla. (2022). *Pengaruh terpaan media sosial akun instagram @Ecommurz terhadap pembentukan citra pada perusahaan start up Ruang guru*. 1–12. <https://doi.org/http://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/JEP/index>
- Sandyakala, M. C. (2020). *Peran Public Relations dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan The Public Relations Role in Enhancing The Image of Educational Institutions Mutiara Cendekia Sandyakala Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Syamsul ' Ulum Gunungpuyuh Sukabumi , Jawa Bar*. 30(2), 71–84. <https://ejournal.staisyamsululum.ac.id/index.php/attadbir/article/download/63/59/>
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., Ainun, N., Sastra, F., & Indonesia, U. M. (n.d.). *Komunikasi dan media sosial*.
- Sariani, N. L. P. (2019). *Strategi komunikasi dalam meningkatkan.kinerja karyawan di bhr law office*. 4(2), 115–124. <https://doi.org/http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen>
- Shinta, N., Tosno, H., & Majid, A. (2022). STRATEGI CORPORATE PUBLIC RELATIONS DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PRODUK

INDIHOME TELKOM DI WITEL MAKASSAR Corporate Public Relations
In Maintaining The Image Of Telkom's Indihome Products In Witel Makassar.
Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi, 3(04), 189–204.

Soemirat, S., & Ardianto, E. (2007). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Soesilo, T. D., & Irawan, S. (2025). *Pengaruh Penggunaan Smartphone Terhadap Interaksi Sosial Remaja*. 2019, 139–149.
<https://doi.org/https://ejournal.uksw.edu/scholaria/article/view/4665>

Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). *Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif*. file:///C:/Users/user/Downloads/160_166_ID_25.pdf

Triaputri, A., & Muljono, P. (2022). Efektivitas Akun Instagram @ Infosumbar sebagai Media Penyebaran Informasi Sejarah dan Budaya Minangkabau The Effectiveness of the Instagram Account @ infosumbar as a Media for Disseminating Information on Minangkabau History and Culture. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat*, 06(04), 467–479.
<http://ejournal.skpm.ipb.ac.id/index.php/jskpm/article/view/1034>

Tutiasri, R. P. (2016). Komunikasi Dalam Komunikasi Kelompok. *Chanel: Jurnal Komunikasi*, 4(1), 81–90. <https://doi.org/10.12928/channel.v4i1.4208>

Wahid, A. (2023). *Strategi Membangun Citra dan Kinerja Lembaga*.

Widada, C. K., Universitas, P., & Surakarta, M. (2018). *Mengambil manfaat media*. 6003, 23–30.

Yosef, J., & Setyanto, Y. (2024). *Analisis Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Perusahaan di Media Sosial Instagram*. 8(2), 391–400.
<https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/27639>

Yuliani, D. T. (2020). *Pengaruh Penggunaan Instagram terhadap Pembentukan Citra CNN Indonesia bagi Followers* 6(2), 365–390.
<https://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/kom/article/view/4338>