

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Zaki Al Muntazar. (2024, Mei). *Penerimaan Alumni Aktivis Salman ITB* [Komunikasi pribadi].
- Bandur, A. (2019). *Penelitian Kualitatif Studi Multi-Disiplin Keilmuan dengan NVivo 12 Plus*. Mitra Wacana Media.
- BMKA. (2021). *Sebenarnya, apasih BMKA Salman ITB itu?* <https://kaderisasi.salmanitb.com/about-us>
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Raja Grafindo Persada.
- Danial, E. & Warsiah. (2009). *Metode Penulisan Karya Ilmiah*. Laboratorium Pendidikan Kewarganegaraan.
- Erdal, I. J., Øie, K. V., Oppegaard, B., & Westlund, O. (2019). Invisible locative media: Key considerations at the nexus of place and digital journalism. *Media and Communication*, 7(1EmergingTechnologies), 166–178. <https://doi.org/10.17645/mac.v7i1.1766>
- Farida, A. (2014). “Islamisasi Sains dan Saintifikasi Islam”: Model Manajemen Pemberdayaan di Masjid Salman ITB Bandung. *Jurnal Multikultural 7 Multireligius*, 13(1), 36–51.
- Firdaus Azhardi. (2024, Mei). *Pemahaman Alumni Aktivis Salman ITB* [Komunikasi pribadi].
- Hani, R. (2021). *Strategi Event Public Relations Pada Expo ASESI Dalam Membangun Reputasi Sekolah Sunnah*. 9.
- Hasbullah, Moeflich. (2017). *Islam & transformasi masyarakat Nusantara (kajian sosiologis sejarah Indonesia)*. Kencana.
- Hikmah, N., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2024). *The Influence Of Brand Ambassador Refal Hady And Viral Marketing On Tiktok @Avoskinbeauty Accounts On Purchasing Decisions For Avoskin Skincare*.
- Ikhwan, M. (2022). *MANAJEMEN MEDIA KONTEMPORER Mengelola Media Cetak, Penyiaran, dan Digital*. Kencana.
- Ireappos. (2016). *Pengertian Organisasi, Fungsi dan Manfaat Serta Jenisnya*. <https://www.ireappos.com/news/id/pengertian-organisasi/>
- Istiqillah. (2024, Mei). *Strategi Komunikasi Kealumnian* [Komunikasi pribadi].
- ITS. (2024). *Jamaah Masjid Manarul Ilmi*. <https://www.its.ac.id/id/kehidupan-kampus/kegiatan-mahasiswa/aktivitas-spiritual-mahasiswa-di-its/komunitas-mahasiswa-islam/>

- Kholish Roja Wa'dalloh. (2024, Mei). *Strategi Komunikasi BMKA Salman ITB* [Komunikasi pribadi].
- Lee, S. Y. (2020). Stealing thunder as a crisis communication strategy in the digital age. *Business Horizons*, 63(6), 801–810. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.07.006>
- Liliweri, A. (2018). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Kencana.
- Marnewick, A. L., & Joseph, N. (2020). The Importance of Planning for Communication in a Project during the Requirements Process. *IEEE Engineering Management Review*, 48(1), 104–112. <https://doi.org/10.1109/EMR.2019.2952563>
- Masjid Kampus UGM. (2018). *Tentang Masjid Kampus UGM*. <https://masjidakampus.ugm.ac.id/tentang/>
- Mir'atun Nisa'. (2024, Mei). *Penerimaan Alumni Aktivis Salman ITB* [Komunikasi pribadi].
- Muhammad Daris Al Husna. (2024, Mei). *Strategi Komunikasi Masjid Salman ITB melalui #BangunIndonesia* [Komunikasi pribadi].
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (21 ed.). PT. Remaja Rosdakarya.
- Munir A, S. (2014). *Sejarah Dakwah*. AMZAH.
- Muntazah, A., & Andhikasari, R. (2022). PERAN MEDIA DIGITAL DALAM STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN LEMBAGA FILANTROPI ISLAM DI INDONESIA. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 2(1), 1–7.
- Mustofa, M. B., Wuryan, S., Sholiha, N. A., Arif, M. M., & Musa, M. (2021). Kontribusi Komunikasi Interpersonal Dalam Perspektif Islam Di Lingkungan Organisasi Uin Raden Intan Lampung. *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 1(1), 56–68. <https://doi.org/10.32923/kpi.v1i1.1839>
- Nurfatmawati, A. (2020). Strategi Komunikasi Takmir Dalam Memakmurkan Masjid Jogokariyan Yogyakarta. *Jurnal Dakwah Risalah*, 31(1), 21. <https://doi.org/10.24014/jdr.v31i1.9838>
- Nurjannah, Damayanti, W., & Suwatno. (2017). KOMUNIKASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA OFFICIAL WEBSITE PERUSAHAAN BADAN USAHA MILIK NEGARA. *Jurnal ASPIKOM*, 3(2), hlm 311-325.
- Pirol, A. (2018). *Komunikasi dan Dakwah Islam*. Deepublish.

- Pratama, E. D., & Sihombing, A. (2019). Strategi Komunikasi KOMINFO dalam Menghadapi Fenomena Penyebaran Ujaran Kebencian. *Communicare: Journal of Communication Studies*, 5(1), 77. <https://doi.org/10.37535/101005120186>
- Pratiwi, S. R., Dida, S., & Sjafirah, N. A. (2018). Strategi Komunikasi dalam Membangun Awareness Wisata Halal di Kota Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(1), 78. <https://doi.org/10.24198/jkk.v6i1.12985>
- Pujileksono, S. (2015). *Metode penelitian komunikasi kualitatif*. Intrans Publishing.
- Purwanto, Y., Sarbini, A., Abdullah, J., & Qadafi, A. (2019). Salman Mosque as a Center of Islamic Da'wah and Spiritual Laboratory for Campus Community. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 13(1), 1–24. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v12i1.5839>
- Rahmawati, R. F. (2016). *KADERISASI DAKWAH MELALUI LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM*. 1(1).
- Ritonga, F. A., Sikumbang, A. T., & Zainun, Z. (2020). Membentuk Kepribadian Islam melalui Strategi Komunikasi Lembaga Dakwah Kampus (LDK) di STMIK Budi Darma Medan. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 14(1), 125–138. <https://doi.org/10.24090/komunika.v14i1.3644>
- Roprop Latiefatul Millah. (2024, Mei). *Penerimaan Aktivis Salman ITB* [Komunikasi pribadi].
- Salman ITB. (2024). *Masjid Salman ITB*. <https://salmanitb.com/>
- Setyawan. (2014). *Implementasi Perkembangan Teknologi Komunikasi*. CV. Garuda Mas Sejahtera.
- Silviani, I. (2020). *Komunikasi Organisasi*. Scopindo.
- Suhandang, K. (2013). *Imu Dakwah Perspektif Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Suryadi, E. (2018). *Strategi Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Suryanto, E. J. C. P. & Kurnia. (2023). Memahami Persepsi Nilai Utilitas Konsumen dan Dampaknya Terhadap Intensi Penggunaan Hashtag Dalam Kampanye Public Relations. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 6(1), 1–9. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v6i1.2057>
- Triyono, A. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Bintang Pustaka Madani.

Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>

Yakhontova, O., & Yakhontov, R. (2020). On the importance of criminological monitoring in the media. *Vestnik of the St. Petersburg University of the Ministry of Internal Affairs of Russia*, 2020(2), 137–142. <https://doi.org/10.35750/2071-8284-2020-2-137-142>