

DAFTAR PUSTAKA

- AC Sari, R Hartina, R Awalia, H Irianti, N. A. (2018). Komunikasi Dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, (January 2019).
- Aleksandra Uzelac, & Cvjetieanin, B. (2008). *Digital Culture: The Changing Dynamics*. Croatia: Institute for International Relations.
- Awaliyah, C., Dewi, D. A., & Furnamasari, Y. F. (2021). Media Sosial Mempengaruhi Integrasi Bangsa. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 7869. Diambil dari <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/2259>
- Effendy, A. D., & Hertati, D. (2024). Implementasi Kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka Melalui Program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) di Fakultas Pertanian UPN “Veteran” Jawa Timur. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 7(2), 48–62. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v7i2.3178>
- Fitriani, Y. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(4), 1006–1013. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i4.609>
- Hermawan, N., Dewi, D. A., & Ardiansyah, M. I. (2024). Budaya di Era Digital: Pengaruhnya Terhadap Masyarakat Indonesia. *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2(1), 1–6. <https://doi.org/10.60126/maras.v2i1.110>
- Jati, N. K. (2017). Hiperrealitas Fotografi Jurnalistik. *Nirmana*, 17(1).
- Jefkins, F. (2003). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media*. Business Horizons.
- Kasmirus, W. (2013). Peran Kehumasan Dalam Membangun Citra Pemerintah di Kabupaten Kutai Barat. *Journal Administrative Reform*, 1(1), 190–208.
- Khotimah, K. (2021). *Fotografi Jurnalistik Sebagai Media Komunikasi Visual (Studi Pada Foto Jenazah Covid-19 Karya Joshua Irwandi)*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KUDUS.
- Koller, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Mahsun, M. (2018). *Pengukuran Kinerja Sektor Publik* (Pertama). Yogyakarta: BPFE.

- Musi, S., Rosalinda, M., Zuldhiyailhaq, Aifah, A. N., Islami, M. P. F., Al Khadafi, M. Ri., & Dkk. (2022). *Penulisan Kreatif Public Relations*.
- Nisa, N. K. (2015). Strategi Kreatif Iklan Layanan Masyarakat (ILM) Dalam Pemasaran Sosial. *Jurnal Interaksi*, 4(2), 158–164.
- Rogers, E. M., & D, S. J. (1987). *Communication Campaign*. New Burry Park: Sage.
- Romadhoni, A. (2023). Pengaruh Fotografi Jurnalistik Pada Media Online. *IMAJI: Film, Fotografi, Televisi, & Media Baru*, 14(2), 98–107. <https://doi.org/10.52290/i.v14i2.115>
- Ruslan, R. (2015). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sumartono. (2012). Komunikasi dan Gender. Diambil dari [https://lms-paralel.esaunggul.ac.id/pluginfile.php?file=/437694/mod_resource/content/1/Komunikasi dan Gender-converted.pdf](https://lms-paralel.esaunggul.ac.id/pluginfile.php?file=/437694/mod_resource/content/1/Komunikasi%20dan%20Gender-converted.pdf)
- Taprial, V., & Kanwar, P. (2012). *Understanding Social Media*. Ventus Publishing.
- Venus, A. (2012). *Manajemen Kampanye-Paduan Teoritis dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- West, C., & Zimmerman, D. H. (1987). Doing gender. *Gender & Society*, 1(2), 125–151.
- Wu, H.-L., & Chen, T. Y. (2024). Using Instagram live-streaming viewers model to derive two types of needs satisfaction. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, ahead-of-p(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/APJML-05-2024-0707>