

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliani, R. (2022). Gaining public trust through digital media by public relations of the government of Sleman Yogyakarta. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 15(1), 34–47.
- Bamasputri, R. A. (2025). Transformasi Digital: Evolusi Komunikasi Massa di Era Media Sosial dan Dampaknya pada Perilaku Konsumsi Informasi Masyarakat. *Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*, 11(02), 270–286.
- Casaló, L. V.-S. (2020). Influencers on Instagram: Antecedents and consequences of opinion leadership. *Journal of Business Research*, 510–519.
- Dhlamini, J. (2022). Strategy: An understanding of strategy for business and public policy settings. *Journal of Contemporary Management*, 108-134.
- Dunan, A. &. (2020). The Republic Of Indonesia Government Public Relations Communication Strategy in The Era Of The Industrial Revolution 4.0. *Human Research Resources & Development Agency, The Ministry of Communication & Informatics*, 58-78.
- Gregory, A. (2022). Planning and managing public relations campaigns: A strategic approach (5th ed.). *Kogan Page*.
- Hadi, I. P. (2020). *Penelitian Media Kualitatif (Filosofi Penelitian, Paradigma, Rentang Teori, Langkah-langkah Penelitian Media: Metode Reception Studies, Etnografi Media/Netnografi, Fenomenologi, Studi Kasus, Analisis Tematik)*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Hajar, S., & Syaesti, Y. P. (2024). Efektivitas Strategi Komunikasi Dalam Mempengaruhi Opini Publik. *Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif*, 39-45.
- Hardian, A., & Parsono, D. (2024). Strategi Komunikasi Humas Pemerintahan Badan Narkotika Nasional (BNN) dalam Menyebarkan Informasi P4GN Melalui Media Sosial Instagram @infobnn_ri. *jurnal ilmu komunikasi efek*, 14.
- Hasugian, G. G. (2020). Strategi Humas Siber Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi Publik 4.0 Di Badan Kepegawaian Negara. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(2), 167-178.
- Iskandar, I. &. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Inovasi Pendidikan dan Pengajaran Islam*, 1-10.
- Karundeng, A. N. (2020). Hubungan Terpaan Hoax Covid-19, Kompetensi Komunikasi Juru Bicara Covid-19 Dan Tingkat Kepercayaan Masyarakat

Pada Kinerja Pemerintah Pusat Dalam Menangani Covid-19. *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro*.

- Kim, S., & Krishna, A. (2022). Public relations communication strategies and channel integration in stakeholder engagement. *Journal of Communication Management*, 26(3), 345–360.
- Kurniawan, A., & Wijoyo, S. (2024). Strategic public relations for strengthening public trust in government. *International Research Journal of Business Studies*, 18(1), 43–51.
- Kurniawan, A., & Wijoyo, S. (2025). Strategic public relations for strengthening public trust in government. *International Research Journal of Business Studies* 18(1), 43-51.
- Kurniawan, A., Wijoyo, S., & Suhariadi, F. (2025). Strategic Public Relations for Strengthening Public Trust in Government. *International Research Journal of Bussines Studies*, 43-51.
- Kurniawan, S. (2025). *Literasi Digital Untuk Abad Ke-21*. Surabaya: Pustaka Aksara.
- Lee, M., & Kim, S. (2022). Government public relations and public engagement: The role of transparent communication in building public trust. *Public Relations Review*, 48(2), 102173.
- Luttrell, R. M. (2022). Introduction to Integrated Campaigns. Dalam *Public Relations Campaigns An Integrated Approach* (hal. 17). Thousand Oaks, California: SAGE Publications, Inc.
- Mafruh, M. &. (2025). Urgensi komunikasi antar budaya terhadap adaptasi mahasiswa perantau di perguruan tinggi multietnis. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(6). <https://doi.org/10.62281/v3i6.2312>
- Moeleng, L. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pandiangan, C. U., & Ratnasari, E. (2023). Humas Pemerintah dan Transparansi Informasi untuk Membangun Kepercayaan Publik. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*.
- Permatasari, A. N. (2021). Digital Public Relations: Trend and Required Skills. *Aspikom*, 373-386.
- Pratama, T., & Prayirno, H. J. (2024). Semiotika Simbolik Pesan Partai Politik PDIP di TikTok Bagi Gen Z pada Era Komunikasi Global. *Jurnal Keilmuan dan Keislaman*, 91-115.

- Purwati, A., & Ariyani, N. (2025). Integrated marketing communication in building brand equity in the social media era. *Ilomata International Journal of Social Science* 6(2), 610–629.
- Putra, R. A. (2022). Peran strategis public relations dalam tata kelola komunikasi organisasi sektor publik. *Jurnal Lontar: Ilmu Komunikasi*, 10(2), 95–104.
- Putri, I. M., & Quniarwati, E. F. (2024). Transformasi Etika dan Strategi Public Relations di Era Artificial Intelligence. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasidan Informasi* Volume 9. No. 2., 375-387.
- Rahma, F. A. (2024). Strategi Publik Relations dalam Mengoptimalkan Pengaruh Digital. *Misterius : Publikasi Ilmu Seni dan Desain Komunikasi Visual*, 55-64.
- Rakhmat, J. (2020). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ramadhani, I. (2023). Strategi Pemasaran Digital Melalui Influencer Marketing. *Jurnal Manajemen Pemasaran Digital*, 1-10.
- Rani, N. L., & Irmawati, F. (2024). Analisis Program Key Opinion Leader Collaborations dalam Promosi Brand Morazen Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan* Vol.3, No.2, 69-86.
- Riana, N., Triany, N. A., & Tamtomo, T. (2024). *Komunikasi Publik : Panduan Praktis untuk Sukses dalam Berkomunikasi*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sari, D. P., & Nugroho, Y. A. (2023). Government public relations dalam membangun kepercayaan publik pada institusi pemerintah. *Jurnal Komunikasi Pemerintahan*, 5(1), 1–12.
- Sari, F. F., Bakti, I., & Perbawasari, S. (2025). Peran public relations dalam pengelolaan komunikasi organisasi. *Sospol: Jurnal Sosial Politik*, 11(2), 207–222.
- Setiawan, P. Y. (2025). *Membangun Citra Destinasi di Era Digital: Peran Ewom dan Implikasinya Pada Niat Berkunjung Wisatawan*. Intelektual Manifes Media: Bali.
- Siregar, M. &. (2023). Optimalisasi Media Sosial untuk Komunikasi Publik Lembaga Negara. *Jurnal Politik & Komunikasi*, 9(2), 75-89.
- Sofiah, A. F. (2025). Public relations di Era Digital: Menghadapi tantangan dan peluang baru. *Maliki Interdisciplinary Journal* 3(5), 2166-2175.

- Srikandi, M. B. (2023). Audiens Sebagai Gatekeeper Pada Media Sosial. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 179-192.
- Suci, D. L. (2023). Pola Komunikasi Pelayanan Publik pada Aplikasi “JENDELAKU” di Kabupaten Kulon Progo. *Jurnal Audiens Vol.2 No.2*, 204-210.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tuti, M. (2025). *REVOLUSI PEMASARAN DIGITAL: Beradaptasi dengan Era Baru Keterlibatan Konsumen*. Bali: CV. Intelektual Manifes Media,.
- Wibowo, A., & Prasetyo, B. (2022). Strategi komunikasi pemerintah dalam pemanfaatan media digital dan komunikasi tatap muka pada pelayanan publik. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 20(2), 145-156.
- Wibowo, D. W. (2025). Brand dan Public Relation: Sebuah Kajian Konseptual dalam Konteks Indonesia. *Journal of Administrative and Social Science Volume 6 Nomor 2*, 32-44.
- Yuanita, D. (2020). Peran Key Opinion Leader dalam Strategi Public Relations pada Komunikasi Krisis Perusahaan. *Profesi Humas Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 23-44.