

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. I. (2022). Analisis peran Public Relation dalam mengatasi krisis perusahaan di PT. Kalla Toyota Kendari. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, 6(1), 104–112. Universitas Sulawesi Tenggara. <https://jurnal.unusultra.ac.id/index.php/jisip/article/view/38>
- Alam, M. S., & Asmawi, A. (2024). *Qualitative research: Defining features and guiding principles*. Forum for Education Studies, 2(2), 1262. DOI: <https://doi.org/10.59400/fes.v2i2.1262>
- Anderson, B. (2006). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism* (Revised ed.). London: Verso.
- Apffelstaedt, S. (2023). *Multi-stakeholder collaboration in governance: Dialogue and decision-making across sectors*. Journal of Social Policy, 52(4), 789–805. <https://doi.org/10.1080/01442872.2023.2282569>
- Ariani, K. F., Rahmawati, T. I., & Anggraini, D. V. (2023). Peningkatan literasi keuangan masyarakat pedesaan guna mendorong tingkat inklusi keuangan Indonesia perspektif hukum perbankan. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 1(6), DOI: <https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jmia/article/view/2874>
- Aslan, A. (2023). Communication in public relations. In *Public relations on the axis of communication* (pp. 235–286). Gazi Kitapevi.
- Aswaruddin, A., Ray, A., Hasibuan, I., & Diastami, S. (2025). Peran komunikasi lintas budaya dalam meningkatkan kualitas pendidikan. *Jurnal Pendidikan Indonesia: Teori, Penelitian, dan Inovasi*, 5(1). DOI: <https://jurnal.penerbitwidina.com/index.php/JPI/article/view/1109>
- Azhar, D. P. (2023). Kampanye Public Relations dalam Mensosialisasikan Mitigasi Bencana. *Reputation: Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 7(4), 393–412. <https://doi.org/10.15575/reputation.v7i4.26378>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumenep. (2025, September 16). Profil kemiskinan di Kabupaten Sumenep Maret 2025. <https://sumenepkab.bps.go.id/id/pressrelease/2025/09/16/190/profil-kemiskinan-di-kabupaten-sumenep--maret-2025.html>
- Bank Indonesia. (2023). *Ekspedisi Rupiah Berdaulat: Menjaga ketersediaan uang rupiah layak edar di wilayah terdepan, terluar, dan terpencil*. Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2024). Tersedia dari: <https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/cerita-bi/Pages/mengedarkan-rupiah-hingga-pelosok-nusantara.aspx> [24 September 2024]
- Bank Indonesia. (2024, Februari 23). *Ekspedisi Rupiah Berdaulat 2024 resmi dimulai, BI targetkan 90 pulau terluar untuk penyediaan uang layak edar* [Siaran pers]. https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_263724.aspx
- Bank Indonesia. (2025). Fungsi utama. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/default.aspx>
- Bappeda Kabupaten Sumenep. (2021–2026). *RPJMD Kabupaten Sumenep 2021–*

2026. <https://bappeda.sumenepkab.go.id/publikasi/files/RPJMD/2021-2026/RPJMD%20KAB%20SUMENEP%20TAHUN%202021-2026.pdf>
- Belo, J. D. C., Mako, W., Mbobu, M. E. M., Danus, A., & Wada Betu, K. (2023). Sosialisasi tentang cinta bangga paham (CBP) rupiah pada pelajar kelas X di SMA Katolik Fides Quaerens Intellectum Kefamenanu. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 1329–1334. DOI: <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/bernas/article/view/4864>
- Budiarti, A., & Toni, A. (2022). Implementation of Public Relations strategy mix in Media Academy. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 10(4), 366–377. DOI: <https://mail.journal.stikosa-aws.ac.id/index.php/spektrum/article/view/392>
- Bryson, J. M., Crosby, B. C., & Bloomberg, L. (2014). *Public value governance: Moving beyond traditional public administration and the new public management*. *Public Administration Review*, 74(4), 445–456. <https://doi.org/10.1111/puar.12238>
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective Public Relations* (9th ed.). Pearson Education.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2011). *Effective Public Relations* (11th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2013). *Effective public relations* (11th ed.). Pearson Education.
- Dudi Ardans Rachman & Anisa Diniati (2022). *Program Yuk Nabung Saham sebagai Strategi Kampanye Public Relations Indonesia Stock Exchange*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 20 No. 2. Universitas Telkom / Indonesia Stock Exchange.
- Dozier, D. M., & Broom, G. M. (1995). Evolution of the manager role in Public Relations practice. *Journal of Public Relations Research*, 7(1), 3–26.
- Edon, J. I., Daga, L. L., & Tuhana, V. E. (2024). Strategi cyber public relations KPw Bank Indonesia Provinsi NTT dalam mensosialisasikan tagline Cinta, Bangga dan Paham Rupiah. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 46–58. <https://doi.org/10.30596/ji.v8i1.14718>
- Erfina, E., Sari, S., & Octaviani, V. (2023). Implementasi peran Public Relation dalam membangun reputasi PT Cakrawala Dinamika Energi. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 2(3), 457–466. <https://doi.org/10.37676/mude.v2i3.4365>
- Falkheimer, J., & Heide, M. (2022). *Strategic Communication: An Introduction to Theory and Global Practice* (2nd ed.). Routledge.
- Fanaqi, C., Pratiwi, R. M., & Husnusyifa, A. (2025). Strategi kampanye *War on Drug* BNN Kabupaten Garut melalui insan media. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 11(2), 379–393. DOI: <https://doi.org/10.52434/jk.v11i2.42402>
- Frasasti, M. (2025). *Mengapa public relations penting bagi industri perbankan?* Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ), 3(November), 345–350. <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/index>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman.
- Gregory, A. (2010). *Planning and managing Public Relations campaigns: A strategic approach* (3rd ed.). London: Kogan Page.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. Holt, Rinehart &

Winston.

- Grunig, J. E. (2006). *Public relations measurement and evaluation practices* (dikutip dalam Likely & Watson, "Measuring the Edifice: Public Relations Measurement"). *Institute for Public Relations*.
- Gunawan, S., & Widiastuti, N. (2020). *Strategi kampanye public relations "di rumah aja" oleh Pemerintah Republik Indonesia selama wabah COVID-19*. *Visioner: Jurnal Penelitian Komunikasi*, 2(2), 275–287. ISSN 2684-8783.
- Hadi, A. (2024). Strategi kampanye Public Relations Prepp Studio dalam mempertahankan citra perusahaan. *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum*, 2(1), 282–292. Universitas Muhammadiyah Jakarta. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v2i1.903>
- Hidayat, R., Syahrandy, M. H., Raudina, R. P., Harahap, S. T. Z., & Hasibuan, R. R. A. (2023). Peran mahasiswa dalam memberikan edukasi tentang pentingnya cinta bangga paham Rupiah (CBPR) di SDN 064005, Kelurahan Tangkahan. *Kabillah: Journal of Social Community*, 8(2), 1–10. DOI: <https://ejournal.iainata.ac.id/index.php/kabilah/article/view/283>
- Husin, M. H., & Mukarom, Z. (2024). Kampanye Public Relations program Bandung Tanginas untuk menekan angka stunting. *Reputation: Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(3), 345–366. <https://doi.org/10.15575/reputation.v6i3.22200>
- Isvianti, R., Hayat, H., & Anadza, H. (2023). Integrasi layanan pengaduan publik dalam mewujudkan fast responsif berbasis aplikasi pengaduan terpadu di Malang. *INTECOMS: Journal of Information Technology and Computer Science*, 7(1). <https://doi.org/10.31539/intecom.v7i1.8579>
- Izzatuljannah, F., Darmawan, I., & Taryana, A. (2023). Komunikasi publik humas Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat melalui media sosial @humas_jabar tahun 2023. *Jurnal Dinamika Institusi (JDP)*, 7(2). <https://doi.org/10.36341/jdp.v7i2.4983>
- Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Republik Indonesia. (2020). *Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2020 tentang indikator penetapan daerah tertinggal*. Berita Negara Republik Indonesia No. 929 Tahun 2020.
- Kotler, P. (2013). *Manajemen pemasaran, analisis perencanaan dan pengendalian* (A. A. Hermawan, Trans., Vol. II, 13th ed.). Salemba Empat.
- Kriyantono, R. (2024). The excellence plus for government Public Relations in the new media era. *Communicare: Journal of Communication Studies*, 11(1), 50–65. <https://journal.lspr.edu/index.php/communicare/article/view/712>
- Kurniawan, A., & Wijoyo, S. (2025). Strategic Public Relations for Strengthening Public Trust in Government. *International Research Journal of Business Studies*, 18(1), 43-51. <https://doi.org/10.21632/irjbs.18.1.43-51>
- Kustiawan, W., Sawitri, A., Mukarramah, N., Amelia, R. N. ., Hajar, R., & Hajar, R. (2023). Peran Komunikasi Pembangunan terhadap Organisasi Masyarakat Gerakan Ojol Pembela Masjid Amal Silaturrahim (GOPMAS) Kota Medan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 9127–9133. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i2.7703>

- Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, & Johnny Saldaña. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Mawar, M., Rahman, A., & Satispi, E. (2023). Efektivitas kebijakan program cinta bangga dan paham rupiah di Kabupaten Nunukan. *Perspektif*, 12(4), 1400–1410. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v12i4.10392>
- Mulyana, D. (2018). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Munandar, A., et al. (2024). *Perencanaan evaluasi program pembelajaran di Madrasah Ibtidaiyah (MI) Nurul Ihsan Kota Jambi*. *Journal Publicuho*, 7(4), 2209–2219. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i4.583>
- Noviati, Y., Khoirona, A. F., Syaputri, K. C., & Misidawati, D. N. (2025). Implementasi *data-driven decision making* dalam strategi *public relation*: Studi kasus pada kampanye media sosial e-commerce TikTok Shop. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 3(5), 75–83. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17817971>
- Nur, J. I. K. A., & Indrasari, M. (2023). Penerapan peran Public Relation dalam media digital PT Lokatara Karya Indonesia. *DIGICOM: Jurnal Komunikasi dan Media Digital*, 2(2), 122–133. STIKOSA–AWS Surabaya. <https://journal.stikosa-aws.ac.id/index.php/digicom/article/view/314>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). SNLIK OJK 2022: Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Masyarakat Meningkatkan. Jakarta: OJK. (Siaran Pers OJK) <https://snki.go.id/snlik-ojk-2022-indeks-literasi-dan-inklusi-keuangan-masyarakat-meningkat/>
- Prasasti, I., & Oni Dwi Arianto. (2025). Analisis Strategi Komunikasi Diskominfo Kota Jakarta Dalam Kampanye Transportasi Publik Jakarta Bebas Polusi Berdasarkan Model Ronald D. Smith. *The Commmercium*, 9(3), 209–213. DOI: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commmercium/article/view/69828>
- Priantini, N. K., & Wardani, K. D. K. A. (2023). Penguatan literasi keuangan melalui gelar edukasi CBP Rupiah di SMP Negeri 1 Tabanan. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 7(3), 147–155. <https://ejournal.uigm.ac.id/index.php/PGM/article/view/3254>
- Putu Narke, N. L. S. A. R. D., & Siti Zaenab. (2025). Sosialisasi program Cinta Bangga Paham Rupiah dalam membangun kesadaran dan pemahaman masyarakat di Bank Indonesia. *GELIS: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 75–85. <https://ejournal.windari.com/index.php/lis/article/view/109>
- Rachman, D. A., & Diniati, A. (2022). Strategi kampanye Public Relations Indonesia Stock Exchange dalam program Yuk Nabung Saham. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(2), 221–236. <https://doi.org/10.31315/jik.v20i2.5529>
- Rahayu, Y. P., Riantoro, D., Mansim, N., & Bauw, S. A. (2023). Sosialisasi cinta, bangga & paham rupiah (CBR), manajemen uang sejak dini & roleplay jual beli. *Reswara: Jurnal Sosial dan Pendidikan*, 4(2), 1125–1133. <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/reswara/article/view/3057>
- Ruslan, R. (2017). *Manajemen public relations dan media komunikasi*. RajaGrafindo Persada.
- Sapthu, A., Louhenapessy, D. J., & Liur, L. M. (2022). Peran program edukasi keuangan dalam meningkatkan literasi dan kemandirian finansial

- masyarakat Desa Taeno, Kelurahan Rumah Tiga, Kecamatan Teluk Ambon. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 2(4). DOI: <https://doi.org/10.54066/jkb.v2i4.2681>
- Saputri, A. A. J., & Mashuri, S. (2024). Literasi Keuangan Bagi Pelajar. *Jurnal Wiyata Madani*. <https://doi.org/10.33822/jwm.v2i1.12395>
- Sari, N. I., & Hadyantari, F. A. (2025). Implementasi program edukasi cinta, bangga, paham (CBP) rupiah: Studi empiris di Provinsi Jawa Timur. *Moneter: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 3(3). <https://doi.org/10.61132/moneter.v3i3.1363>
- Silverman, D. A., & Smith, R. D. (2023). *Strategic Planning for Public Relations* (7th ed.). Routledge.
- Simanjuntak, H. R., Fadelan, & Haryanto, A. (2023). Edukasi penyebaran uang rupiah oleh TNI AL dan Bank Indonesia di wilayah masyarakat terpencil, terluar dan terdepan sebagai strategi penguatan pertahanan negara. *Community Development Journal*, 4(2), 2616–2620. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/14715>
- Simbolon, A., & Sinaga, D. I. G. (2022). *The Legality of Cryptocurrency Transactions in Indonesia*. *Jurnal Daulat Hukum*, 5(3), 196–210.
- Smith, R. D. (2017). *Strategic planning for Public Relations* (5th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315383710>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk Penelitian yang Bersifat Eksploratif, Interpretif, Interaktif, dan Konstruktif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukandar, R., Nurhajati, L., Oktaviani, R. C., & Wijayanto, X. A. (2022). Komunikasi publik pemerintah Republik Indonesia terkait pandemi Covid-19 di Indonesia. *Perspektif*, 11(2), 771–778. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v11i2.6281>
- Suprawoto. (2018). *Government Public Relations: Perkembangan dan Praktik di Indonesia*. Kencana.
- Surtika, M., & Darwis, Y. (2024). Strategi kehumasan dalam pelayanan informasi publik. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial Politik*, 1(3), 386–393. <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jiksp/article/view/665>
- Sutanto, A., & Maryam, N. S. (2023). Efektivitas kebijakan program cinta bangga dan paham rupiah di Kabupaten Nunukan. *Perspektif: Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, 12(4), 1182–1192. <https://ojs.uma.ac.id/index.php/perspektif/article/view/10392>
- Sutrisno, F., & Sugiat, M. A. (2024). Efektivitas kampanye Cinta, Bangga, Paham Rupiah terhadap brand performance Rupiah. *COSTING*, 8(2), 1–15. DOI: <https://doi.org/10.31539/costing.v8i2.14440>
- Syauqina, L., & Ichsan, S. S. (2022). Strategi komunikasi tentang sosialisasi ekspor dan impor barang bawaan penumpang oleh Bea dan Cukai kepada penyedia layanan jasa titip. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 8(1), 781–793. DOI: <https://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/article/view/1292/1167>
- Tench, R., & Waddington, S. (2022). *Exploring Public Relations and Management Communication* (5th ed.). Pearson.
- Trisyeling, T. (2025). Analisis koordinasi pesan dan dampak kampanye terpadu: Studi kasus kampanye #PerempuanBermakna oleh Asuransi Astra. *Jurnal*

Ilmiah Kajian Komunikasi, 4(1), 202–214.
<https://doi.org/10.30996/sintesa.v4i01.12640>

Widodo, R. (2024). Strategic Public Relations Communication in Higher Education: The Case of Raden Fatah State Islamic University Palembang. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 12(1), 76–83. DOI: <https://doi.org/10.12928/channel.v12i1.648>