

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardial, H. (2015). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara. 249-360.
- Ardianto, E. (2016). *HandBook of Public Relations; Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatma Media. 12.
- Ayudin, G. (2019). *Social Media Engagement and Organic Post Effectiveness: A Roadmap for Increasing the Effectiveness of Social Media Use in Hospitality Industry*, *Journal of Marketing & Management*. 29(1). 3.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2016). *Effective Public Relations*, edisi kesembilan. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 5-353.
- Digital Influencer Marketing A Growing Trend on Internet* diperoleh dari situs internet: <https://www.digitaljournal.com/social-media/digital-influencer-marketing-a-growing-trend-on-the-internet/article/501541>. Diunduh pada tanggal 20 Agustus 2022, pukul 16:05 WIB.
- Effendy, O.U. (2013). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 32-300.
- Johnston, K.A. (2007). *Community Engagement: A Relational Perspective*. Communications. Civics. Industry – ANZCA2007 Conference Proceedings. 12. Diperoleh melalui situs internet: <https://web.archive.org/web/20110416065925/http://eprints.qut.edu.au/10582/1/10582.pdf> diunduh pada Januari 2022.
- Karman. (2014). *Media Sosial: Antara Kebebasan dan Eksploitasi*. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 18(1), 78. Diakses melalui situs internet: <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jskm/article/download/180104/165> Diunduh pada tanggal 20 Agustus 2022, pukul 16:20 WIB.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media. 43 – 151.
- McCloskey, D. dkk. (2011). *Chapter 1, Community engagement: Defining and Organizing Concepts from the Literature*. Principles of community engagement, 2nd edn, National Institutes of Health, USA, 341.
- Ningrum, F.K. dan Syarah, M.M. (2018). *Instagram dan Twitter sebagai Strategi Humas PT Jasa Marga (Persero) Tbk dalam Meningkatkan Pelayanan*. *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Da'wah*. 2(2). 122-128. diperoleh melalui situs internet: <https://jurnalfaiukabogor.org/index.php/komunika/article/download/424/313> diunduh pada tanggal 10 Agustus 2022, pukul 07.00 WIB.
- Proporsi Populasi Generasi Z dan Milenial Terbesar di Indonesia diperoleh dari situs internet: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/24-generasi-z-dan-milenial-terbesar-di-indonesia> diunduh pada tanggal 8 Agustus 2022, pukul 07.00 WIB.
- Ramdani, dkk. (2020). *Strategi Community Engagement dalam Program Gema Madani Simpati (Gerakan Masyarakat Mandiri, Berdaya Saing Dan Inovatif) di Kota Tasikmalaya*. *Jurnal Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*. 6(4). 728-735. Diakses melalui situs internet: <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/moderat/article/download/3771/3545>

- Rayinda, M.A. (2019). *Pengaruh User Generated Content terhadap Perilaku Para Foodie Pengguna Media Sosial*. Jurnal Komunikasi dan Kajian Media. 3(2). 119. diperoleh melalui situs internet: <https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/1257/1117> diunduh pada tanggal 8 Agustus 2022, pukul 09.00 WIB.
- Ruslan, R. (2020). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Press. 13-113.
- Ruslan, R. (2021). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: Rajawali Press. 13-16.
- Salim, M. (2014). *Tahapan Community Relations dalam Kegiatan CSR Konservasi Lingkungan (Studi Kasus Terhadap Kegiatan CSR PT Djarum Pada Konservasi Lereng Gunung Muria)*. 7(1). 58-60. diperoleh melalui situs internet: <https://media.neliti.com/media/publications/224319-tahapan-community-relations-dalam-kegiat.pdf> diunduh pada tanggal 8 Agustus 2022, pukul 12.00 WIB.
- Tricana, D.W. (2013). *Media Massa dan Ruang Publik (Public Sphere), Sebuah Ruang Yang Hilang*. Jurnal Aristo. 8-9. diperoleh melalui situs internet: <https://journal.umpo.ac.id/index.php/aristo/article/download/1538/919> diunduh pada tanggal 12 Agustus 2022, pukul 20.00 WIB.
- Veriasa, T.O. (2017). *Pelibatan komunitas (Community Engagement): Antara pengembangan komunitas, pemberdayaan dan partisipasi*. Pusat Pengkajian Perencanaan dan Pengembangan Wilayah Institut Pertanian Bogor. 1-3.
- Wibisono, G. (2017). *Media Baru dan Nasionalisme Anak Muda: Pengaruh Penggunaan Media Sosial 'Good News From Indonesia' terhadap Perilaku Nasionalisme*. Jurnal Studi Pemuda. 6(2). 591. diperoleh melalui situs internet: <https://jurnal.ugm.ac.id/jurnalpemuda/download/39264/23817> diunduh pada tanggal 15 Agustus 2022, pukul 19.00 WIB
- Yusuf, C., Erawan, E. dan Sabiruddin. (2018). *Studi Interaksi Komunikasi Organisasi pada Komunitas Yamaha V-ixion Club Indonesia di Kota Bontang*. 6(3). 86. Diperoleh melalui situs internet: [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/07/Jurnal%20Clinton%20-%20Deal%20\(07-18-18-12-55-08\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/07/Jurnal%20Clinton%20-%20Deal%20(07-18-18-12-55-08).pdf) diunduh pada tanggal 15 Agustus 2022, pukul 12.00 WIB