

Daftar Pustaka

- Anggraeni, E. Y. & Irviani, R., 2017. Pengantar Sistem Informasi. 1 penyunt. Yogyakarta: Andi.
- Anwar, Arifin. 2020. Paradigma Baru *Public relations*: Teori, Strategi, dan Riset. Depok: Rajawali Pers
- Apriyani, Astri. 2020. "Lasem Kota Batik". <https://kesengsemilasem.com/lasem-kota-batik>
- Ardiansah, Irfan., & Anastasya Maharani. 2020. Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing : Potret Penggunaan Instagram Sebagai Media Pemasaran Online pada Industri UKM. Bandung : CV. Cendekia Press.
- Ardianto, Elvinaro. (2011). Handbook of Public Relations. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Antony, Mayfield. 2008. What is Social Media?. London: iCrossing.
- Arifin, Anwar. 1996. Strategi Komunikasi. Bandung: Armilo Atmoko, Bambang Dwi. 2010. Instagram Handbook. Jakarta: Media Kita
- BPS Rembang, 2018. *Lasem Dalam Angka Tahun 2018*, Rembang: Pemkab. Rembang. <https://rembangkab.bps.go.id/>
- Frank, Jefkins. 1992. *Public relations*, Edisi Keempat. Jakarta: Erlangga.
- Gerlitz,C., & Helmond, A. (2013). The like economy: Social buttons and data-intensive web. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444812472322>
- Hajati, R. P., Perbawasari, S., & Hafiar, H. (2018). Manajemen Aktivitas Media Sosial Akun Instagram @ indonesiabaik.id. Meta Communication, 3(2). <file:///C:/Users/HP14-CM0067AU%20AMD%20A9/Downloads/5445-11526-1-SM.pdf>
- Halvorson,K. 2009. Content Strategy for the Web, New Riders, Berkeley, CA.
- Kussanti D.P, Leliana I (2018) "Efektivitas Program Employee Relations Terhadap Motivasi Kerja Karyawan PT. Adira Dinamika Mulltifinance" Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika Vol.18 No.2 179-183
- Normawati, Maryam, S., & Priliantini, A. (2018). Pengaruh Kampanye "Let's Disconnect to Connect" Terhadap Sikap Anti Phubbing (Survei Pada Followers Official Account Line Starbucks Indonesia). Jurnal Komunikasi Media dan Informatika, Vol. 7, No. 3, 155-164

- Maudi, Erik, S. (2018a). Strategi Koperi Karya Mandiri Dalam Memperkenalkan Product Knowledge Melalui *Event* Gowes Pesona Nusantara. *Jurnal Komunikasi*, 9, 34. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/3592>
- Bachri, B. S. (2010). "Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif". *Teknologi Pendidikan*, 10, 46–62. <http://yusuf.staff.ub.ac.id/files/2012/11/meyakinkan-validitas-data-melalui-triangulasi-pada-penelitian-kualitatif.pdf>
- Normawati, Maryam, S., & Priliantini, A. (2018). Pengaruh Kampanye "Let's Disconnect to Connect" Terhadap Sikap Anti Phubbing (Survei Pada *Followers* Official Account Line Starbucks Indonesia). *Jurnal Komunikasi Media dan Informatika*, Vol. 7, No. 3, 155-164. <file:///C:/Users/HP14-CM0067AU%20AMD%20A9/Downloads/penjaga.+5+Influence+Edit+Author.pdf>
- Pakuningjati, Anindita Lintang. 2015. *Pengelolaan Media Sosial dalam Mewujudkan Good Governance (Studi Kasus Pengelolaan Media Sosial LAPOR! Sebagai Sarana Aspirasi dan Pengaduan Rakyat secara Online oleh Deputi I Kantor Staf Presiden)* [Skripsi] Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta. <https://digilib.fisipol.ugm.ac.id/handle/15717717/9592>
- Pratiwo. (2010). *Arsitektur Tradisional Tionghoa dan Perkembangan Kota*.
- Priswanto, Hery. 2008. "*Lasem Dalam Rona Sejarah Nusantara*". Hlm. 20.
- Prof. Dr. Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Thompson, R.A. (1994). *Emotion Regulation: A Theme in Search of Definition*. *Monographs of the Society for Research in Child Development*, 59, 25–52.
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram : Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58, 89–97. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.059>
- Suryadharma SIM, SE., M.Ak., CIBA, CPIR, Triyani Budyastuti, SE., M.Ak "*Sistem Informasi Manajemen*" Kabupaten Ponorogo : Uwais Inspirasi Indonesia, 2019. <http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/11133/1/Buku%20Sistem.Informasi%20Manajemen.pdf>

Unjiya, M. Akrom, 2008. “*Lasem Negeri Dampo Awang: Sejarah Yang Terlupakan*“, Yogyakarta: Fokmas, <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2168745>

Yulianita, Neni. 2001. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Lab-Multimedia Fikom Unisba.

Internet:

Astri Apriyani. 2020. Lasem, Si Kota Batik. Diakses dari: <https://kesengsemilasem.com/lasem-kota-batik>

Ri'aeni.2015. Penggunaan New Media dalam Promosi Pariwisata Daerah Situs Cagar Budaya di Indonesia. Diakses dari: <https://journal.uii.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/7178>

Elmi Nurfauzi Hamsah. 2018. Strategi Komunikasi Studio Foto Afternoon Project Bandung Melalui Media Sosial Instagram Dalam Mempromosikan Studio Fotonya. Diakses dari: <https://elib.unikom.ac.id/gdl.php?mod=browse&op=read&id=jbptunikompp-gdl-elminurfau-39822>

Zulfa Al Madina. 2018. “Strategi Komunikasi *Corporate Communication* PT. Bio Farma Bandung Melalui Media Sosial Instagram Dalam Memberikan Informasi Kesehatan Kepada Masyarakat”. Diakses dari: <https://elib.unikom.ac.id/gdl.php?mod=browse&op=read&id=jbptunikomp-gdl-zulfaalmd-39891>

Safika Nur. 2021. “Strategi Branding Pariwisata Melalui Instagram Di Kota Parepare”. Diakses dari: <http://repository.iainpare.ac.id/3614/1/17.3600.023.pdf>

Ade Safitri. 2013. Peranan Public Relations dalam Organisasi. Diakses dari: <http://eprints.uny.ac.id/17969/1/TA.%20ADE%20SAFITRI.pdf>

Haris Salampessy. 2015. Pengaruh *City Branding* Terhadap *City Image* Dan *Customer Satisfaction* Serta *Customer Loyalty*. Diakses dari: <https://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/66508/130820101041.pdf?sequence=1&isAllowed=y>