

## DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Andre Hardjana, (2000). *Audit Komunikasi: Teori dan Praktek*, Jakarta: PT Grasindo.

Ardianto, Elvinaro. (2011). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis rekayasa media.

Bungin, Burhan. 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.

Bungkaes, H. R., Posumah, J. H., & Kiyai, B. (2013). *Hubungan Efektivitas Pengelolaan Program Raskin dengan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat di Desa Mamahan Kecamatan Gemeh Kabupaten Kepulauan Talaud*. *Journal "Acta Diurna"*.

Edhy, Sutanta. (2004). *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta. Graha Ilmu.

Effendy, Onong Uchjana (2002). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Effendy, Onong Uchjana (2004). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Effendy, Onong Uchjana (2005). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

**Jurnal :**

Prasetyo Matak Ajia, V. N. (2020). Effect of social media marketing on Instagram towards purchase intention: Evidence from Indonesia's ready-to-drink tea industry . *International Journal of Data and Network Science* , 91-104.

Sugarto, D. D. (2003). *Strategi menaklukan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek*.

Duriantohn, D. (2003). *Strategi menaklukan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek*. Bandung.

Prasetyo Matak Ajia, V. N. (2020). Effect of social media marketing on Instagram towards purchase intention: Evidence from Indonesia's ready-to-drink tea industry. *International Journal of Data and Network Science*, 91-104.

Abdillah, Fatimah. "Efektivitas Marketing Public Relation Dalam Membangun Citra Merek Perusahaan Jasa Telekomunikasi." *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis* 1.1 (2017): 1-9.

Kebumen, Pemerintah Kabupaten, Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh,  
And

Amalia Nurul I'tikoh. "Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta."

Ratna, Alisa Maqdisa, And Sylvie Nurfebriyaning. "Pengaruh Efektivitas Iklan Dengan Daya Tarik Humor Terhadap Citra Merek." *Jurnal Ranah Komunikasi (Jrk)* 2.1 (2018): 1-11.

Sastika, Widya. "Epic Model: Pengukuran Efektivitas Iklan Kuliner Melalui Sosial Media Instagram@ Kulinerbandung Sebagai Media Promosi." *Jtim-Jurnal Teknologi Informasi & Manajemen* 1.01 (2018): 21-27.

Nurrahman, Rolan, And Yuliati Yuliati. "Efektivitas Media Sosial Instagram@ Visitbengkulu Sebagai Media Promosi Pariwisata Provinsi Bengkulu." *Jurnal Kaganga* 3.1 (2019): 25-32.

Suryaningsih, Ika Barokah, And Kristian Suhartadi Widi Nugraha. "Epic Model: Efektivitas Iklan Destinasi Wisata Kabupaten Banyuwangi Terhadap Minat Berkunjung Ulang

Internet :

[https://andi.link/wp-content/uploads/2022/02/Digital-2022-Indonesia-February-2022-v01\\_compressed.pdf](https://andi.link/wp-content/uploads/2022/02/Digital-2022-Indonesia-February-2022-v01_compressed.pdf)

<https://www.instagram.com/kejaksanaan.ri/?hl=id>