

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiawarman, Mac, D. (2019). Hoax dan Hate Speech di Dunia Maya. In *Lemabaga Kajian Aset Budaya Indonesia Tonggak Tuo*. <https://books.google.co.id/books?id=etXKDwAAQBAJ&pg=PA80&dq=ujaran+kebencian&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwjHuayku4TuAhUOWX0KHVcJBaIQ6AEwA3oECAUQAg#v=onepage&q=ujaran+kebencian&f=false>
- Agustina, L. (2020). Viralitas Konten Di Media Sosial. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, 1(2).
- Ajie, M. I. K. (2019). *STRATEGI KOMUNIKASI DALAM KAMPANYE ECOLUTION FOR YOUR FUTURE DILAKUKAN EVOWARE MELALUI PRODUK ELLO JELLO*. Universitas Gunadarma : Fakultas Ilmu Komunikasi.
- Alamsyah, I. E. (2019). *Tingkat Kepuasan Masyarakat pada Polri Menurun 2019*. Survei Penelitian Dan Pengembangan Kompas. <https://news.republika.co.id/berita/q37hf7349/tingkat-kepuasan-masyarakat-pada-polri-menurun-2019>
- Ambarwati, A. (Universitas H. (2019). *Perilaku Dan Teori Organisasi* (Amirullah (ed.); Issue April 2018). Malang: Media Nusa Creative. <http://himia.umj.ac.id/wp-content/uploads/2020/04/PerilakuDanTeoriOrganisasi.pdf>
- Andarsih, Y. S., & Mayangsari, I. D. (2018). Strategi Komunikasi Program Bandung Cleanaction dalam Mengkampanyekan Gerakan Pungut Sampah (GPS). *Jurnal Ilmu Komunikasi E-Proceeding of Management*, 4(2). <http://journal.unla.ac.id/index.php/dialektika/article/view/25>
- Anggoro, L. M. (2008). *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia* (Cetakan 5). Jakarta : Bumi Angkasa.
- Arsyad, A., & Rahman, A. (2015). *Media Pembelajaran*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Bahasa, K. P. (2008). *KAMUS BAHASA INDONESIA* (xvi, Issue 1). Jakarta : Pusat Bahasa.
- Beresford, S., & Schwarz, A. (2014). Managing Public Relations. In *Entertainment Management: Towards Best Practice* (pp. 60–76). <https://doi.org/10.2307/j.ctv5jxpgx.10>
- Bernay, E. L. (1952). *Public Relations*. New York: University of Oklahoma Press.
- BPS. (2021). Statistik Kriminal 2021. In *Badan Pusat Statistik RI*. <http://library1.nida.ac.th/termpaper6/sd/2554/19755.pdf>
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Cangara, H. (2017). Perencanaan & Strategi Komunikasi. In *Rajawali Pers*.

- Creswell, John W. & Poth, C. N. (2016). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among 5 Approaches*. Sage Publication.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2019). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed). SAGE Publications.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2016). *Efective Public Relations* (T. Wibowo (ed.); Ed. 9. Cet). Jakarta : Kencana.
- Djanalis, D. (1993). *PUBLIC RELATIONS DALAM TEORI DAN PRAKTEK*. Malang : Indopurels Training.
- Duncan, T. (2008). Principles of Advertising and IMC -2/E. In 2 Edition. Boston:McGraw Hill.
- Effendy, O. U., & Surjaman, T. (2019). *ILMU KOMUNIKASI Teori dan Praktek* (Cet. 29). Bandung : PT. REMAJA ROSDAKARYA.
- Etikan, I. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1). <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Farleni, & Widayatmoko. (2014). Peran Public Relations Kepolisian Republik Indonesia Melalui Media Relations Dalam Membangun Citra Yang Lebih Baik. *Jurnal Komunikasi*, Vol. 6 No. 1. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jk.v6i1.21>
- Fatmawati. (2021). KAMPANYE POLITIK : Sebuah Pendekatan Fenomenologi. In *Sebuah Pendekatan Fenomenologi* (p. 16). CV. Amarta Media : Purwokerto.
- Gatra, S. (2018). *Survei “Kompas” : Citra Polri Terus Meningkat*. Survei Penelitian Dan Pengembangan Kompas. <https://nasional.kompagrs.com/read/2018/07/04/16061011/survei-kompas-citra-polri-terus-meningkat>
- Gaussyah, M. (2014). *Peranan dan Kedudukan POLRI dalam Sistem Ketatanegaraan Indonesia*. Jakarta : Kemitraan Partnership.
- Gregory, A. (2021). *Planning and managing public relations campaigns: A strategic approach*. 5th Edition. New York: Kogan Page.
- Grunig, J. E. (2014). Replacing Images, Reputations, and Other Figments of the Mind with Substantive Relationships. In *Global Stakeholder Relationships Governance*. <https://doi.org/10.1057/9781137396822.0005>
- Gustafsson, J. (2017). Single case studies vs. multiple case studies: A comparative study. *Academy of Business, Engineering and Science Halmstad University, Sweden*, 1–15. <http://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2:1064378%0Ahttp://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1064378/FULLTEXT01.pdf>
- Hadhy, F. D. (2017). *Komunikasi CSR melalui media online official website (kualitas konten informasi CSR PT Bukit Asam dan PT Vale Indonesia)*. Yogyakarta : Universitas Gadjah Mada.

- Hardianti, H., & Asri, W. K. (2017). Keefektifan Penggunaan Media Video Dalam Keterampilan Menulis Karangan Sederhana Bahasa Jerman Siswa Kelas Xii Ipa Sma Negeri 11 Makassar. *Eralingua: Jurnal Pendidikan Bahasa Asing Dan Sastra*, 1(2), 123–130. <https://doi.org/10.26858/eralingua.v1i2.4408>
- Hepp, A. (2020). Katz / Lazarsfeld (1955): *Personal Influence*. February. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-21742-6>
- Herdito, S., Pratama, P., Satya, A., & Loveita, L. (2019). Buku Panduan Berpikir Kritis menghadapi Berita Palsu (Hoaks) di Media Sosial. *International NGO Forum on Indonesian Development (INFID) INFID Jl. Jatipadang Raya*, 105, 7.
- Holtzhausen, D., Fullerton, J. A., Lewis, B. K., & Shipka, D. (2021). *Principles of Strategic Communication*. New York : Routledge.
- Husen, A. (2011). *Manajemen proyek* (ed. 1, cet.). Yogyakarta: Andi.
- Indonesia, P. K. N. R. (2010). Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 52 Tahun 2010 Tentang Susunan Organisasi Dan Tata Kerja Kepolisian Negara Republik Indonesia. *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 52 Tahun 2010 Tentang Susunan Organisasi Dan Tata Kerja Kepolisian Negara Republik Indonesia*. www.bphn.go.id
- Indonesia, P. K. N. R. (2021). *PERATURAN KEPOLISIAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA TENTANG DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA KEPALA KEPOLISIAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA , Menimbang : a . bahwa untuk kelancaran pelaksanaan tugas tanggung organisasi jawab dan telah kerja dilakukan Kepolisian*.
- Iqbal, M. (2019). Peliputan, Dokumentasi dan Sistem Pelaporan Kegiatan Polri. *Surat Telegram Kadivhumas Polri*, 2.
- Jimenez, M. E., Hudson, S. V., Lima, D., & Crabtree, B. F. (2019). Engaging a Community Leader to Enhance Preparation for In-Depth Interviews With Community Members. *Qualitative Health Research*, 29(2). <https://doi.org/10.1177/1049732318792848>
- Kasali, R. (2008). *Manajemen Public Relations : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia* (Cet. ke-7). Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.
- Kemenkumham RI. (2002). Undang Undang Nomor 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia. *Kepolisian Negara Republik Indonesia, 1999*. <https://peraturan.go.id/common/dokumen/ln/2002/uu2-2002.pdf>
- Kementrian PANRB. (2015). *Polisi Perlu Bangun Strategi Komunikasi*. HUMAS MENPANRB. <https://www.menpan.go.id/site/berita-terkini/polisi-perlu-bangun-strategi-kpn-ini-kasi>
- Kominfo. (2019). 98 *Persen Anak dan Remaja Tahu Internet*. Kementrian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia. https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/3836/98+Persen+Anak+dan+Remaja+Tahu+Internet/0/berita_satker

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*, 17th Edition. In *Pearson*. United Kingdom : Pearson Education Limited.
- Kreutzer, R. T. (2021). *Social Media Marketing Kompakt*. In *Springer Fachmedien Wiesbaden*. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-33866-4>
- Kurnia, N., Astuti, S. I., Kusumastuti, F., Monggilo, Z. M. Z., Prananingrum, E. N., & Adikara, G. J. (2021). *Seri Modul Literasi Digital Kominfo-Japelidi-Siberkreasi*. 20.
- Kurniadi, H., & Hizasalasi, M. (2017). STRATEGI KOMUNIKASI DALAM KAMPANYE DIET KANTONG PLASTIK OLEH GIDKP DI INDONESIA. *MEDIUM*, 6(1). [https://doi.org/10.25299/medium.2017.vol6\(1\).1085](https://doi.org/10.25299/medium.2017.vol6(1).1085)
- Kusumasturi, & Firda. (2004). *Dasar Dasar Humas* (Cetakan 2). Jakarta : Ghalia Indonesia.
- LaRouche. (1994). *Apakah Demokrasi itu? Rencana Besar Menghancurkan Kekuatan Militer Di Amerika Latin*, (diterjemahkan oleh Sesko TNI). Washinton DC:EIR News Service Inc.
- Larson, C. U. (2010). *Persuasion: Reception and Responsibility* (12th editi). Boston : Wadsworth Pub Co.
- Lee, N. R., & Kotler, P. (2018). *Social marketing: changing behaviors for od. 5th edition*. London Sage Publications.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2016). *Ensiklopedia Teori Komunikasi Jilid I*. In *Perfect Bending*.
- McNally, D., & Speak, K. D. (2010). *Be Your Own Brand (2nd ed.): A breakthrough formula for standing out from the crowd*. Berrett-Koehler Publishers.
https://www.bkconnection.com/static/Be_Your_Own_Brand_EXCERPT.pdf
- McQuail, D. (2011). *McQuail's Mass Communication Theory (Fifth Edition)* (Ed. 6. 2). London: Sage Publication.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis -*. Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cet. XI). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Monasoni, Y. (2022). *Prestasi Humas Polres Purworejo. Hasil Wawancara Pribadi: 15 November 2022*.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2009). *The brand called you : create a personal brand that wins attention and grows your business*. Mc Graw Hill.
https://www.academia.edu/39314198/THE_BRAND_CALLED_YOU_Create_a_Personal_Brand_That_Wins_Attention_and_Grows_Your_Business_PETE_R_M_O_NTOYA_with_TI_M_VAN_D_E_H_EY
- Mulyadi, A., Naryoso, A., Yuliyanto, M., & Ulfa, N. S. (2022). Strategi Komunikasi Kementerian Komunikasi Dan Informatika Dalam Kampanye Nasional Penurunan Prevalensi Stutning. *Interaksi Online*, 10(2), 152–169.

- Muslim, I. W. (2019). *STRATEGI KOMUNIKASI POLRES BULUKUMBA DALAM MENGATASI PENGGUNAAN OBAT-OBATAN TERLARANG DI KABUPATEN BULUKUMBA*. Makasar : Universitas Islam Negeri Hasanudin Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
- Natashya, M. L. I., Hafiar, H., & Nugraha, A. R. (2020). Proses Kampanye Public Relations “Youtube Broadcast Box” Di Media Sosial. *Gunahumas*, 1(1), 56–71. <https://doi.org/10.17509/ghm.v1i1.28379>
- Novitasari, A. (2022). *Strategi Komunikasi Dalam Kampanye Gaya Hidup Ramah Lingkungan Di Yogyakarta Oleh Bulk Store Vert Terre* [Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia Fakultas Psikologi dan Ilmu Budaya]. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/38831>
- Nur, E. (2021). Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, 02, 52. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/mkm/article/view/4198>
- Nurfathiyah, P., & Suratno, T. (2011). PENGARUH VISUALISASI GERAK DAN FOTO PADA MEDIA VIDEO TERHADAP PENINGKATAN PENGETAHUAN PETANI DI DESA TANGKIT BARU. *Jurnal Komunikasi*, 13(1), 43–59. <https://docplayer.info/68042650-Pengaruh-visualisasi-gerak-dan-foto-pada-media-video-terhadap-peningkatan-pengetahuan-petani-di-desa-tangkit-baru.html>
- Pace, R. W., Brent, D., Peterson, & Dallas, M. (1979). *Techniques for effective communication*. Reading, Mass. : Addison-Wesley.
- Parengkuan, E., Tumewu, B., & Mustika, A. (2014). *Personal brand-INC : Rahasia Untuk Sukses dan Bertahan Karir*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Potter, W. J. (2011). Conceptualizing Mass Media Effect. *Journal of Communication*, 61(5), 896–915. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01586.x>
- Putra, N. A. (2017). Literasi Media Sosial Humas Pemerintah Daerah. *Informasi*, 47(2), 271. <https://doi.org/10.21831/informasi.v47i2.17235>
- Ramlan, S., Djoni, H., & Adinto, F. (2010). *Memahami ilmu politik*. Jakarta : Grasindo.
- Retnowati, E., Yulianto, M., Naryoso, A., & Rakhmad, W. (2014). Studi Deskriptif Diseminasi Informasi Pesan Kebencanaan di Kelompok Masyarakat Kawasan Rawan Bencana Desa Umbulharjo Kecamatan Cangkringan Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Interaksi Online*. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/7302/7062>
- Rinawati, E., & Mayarni. (2018). PEMBINAAN KEAMANAN DAN KETERTIBAN MASYARAKAT (KAMTIBMAS) DI KELURAHAN PANGKALAN KERINCI BARAT. *Jurnal Online Mahasiswa Fisipol Universitas Riau*, Vol. 5, 1–13. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/22248/21533>

- Rita, F. F., Mohammad, W., Sri, J., Leli, H., Sri, W., Erland, M., Jonata, Imam, M., Nur, H., Anita, M., Kusmayra, A., Resty, N., Nuryami, & Lukman, W. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Issue Maret). PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI. <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>
- Riyanto, A. . (2021). Hootsuite (We are Social) : Digital 2019 Indonesia February 2019. In *Databoks katadata* (pp. 24–84). <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia?msclkid=54849450ac3011eca46cf06ec644a888>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations, 5th Edition (Google eBook)*. Canada:The Free Press A Division of Macmillan Publishing Co., Inc. https://books.google.co.id/books?id=9U1K5LjUOWEC&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Ruslan, R. (2017). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi : Konsep dan Aplikasi* (Ed. Revisi). Jakarta : Rajawali Pers.
- Sadjijono, & Kurnadi. (2010). *Memahami Hukum Kepolisian*. Yogyakarta : LaksBang Pressindo.
- Santoso, A. W. (2021). *KOMPETENSI LITERASI MEDIA DALAM PEMBUATAN KONTEN YOUTUBE “BUAT APA DATANG JAKARTA” OLEH HUMAS POLRES PURWOREJO DALAM MEMERANGI HOAX PILPRES 2019*. Yogyakarta : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Gadjah Mada.
- Sigit, L. P. (2021). *16 Program Kapolri*. YouTube Div Humas Polri. <https://www.youtube.com/watch?v=3aLyy4GyyIw>
- Soemardjan, S., Pabotinggi, M., & Kurniawan, F. (2009). *Perubahan sosial di Yogyakarta (Social changes in Jogjakarta)*. Jakarta : Komunitas Bambu.
- Solihin, I. (2012). *Manajemen Strategik*. Jakarta : Erlangga.
- Sriramesh, K., & Vercic, D. (2019). *The Global Public Relations Handbook: Theory, Research, and Practice: Third Edition*. Taylor and Francis Inc. <https://doi.org/10.4324/9781315173290>
- Stephen, R. P., & Coulter, M. (2019). *Management* (A. Maulana (ed.); Jilid 2 Ed, Vol. 40, Issue 6). Jakarta : Erlangga.
- Sugistiyoko, B. S. E. (2021). Peran Bhabinkamtibmas Untuk Mewujudkan Terpeliharanya Kamtibmas. *Jurnal YUSTITIABELEN*, 7(1), 51–71. <https://doi.org/10.36563/yustitiabelen.v7i1.320>
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tampubolon, H. (2016). *Strategi manajemen sumber daya manusia dan perannya dalam pengembangan keunggulan bersaing*. Depok : Papas Sinar Sinanti.
- Terry, G. R., & Smith, D. F. J. (2006). *Prinsip Prinsip Manajemen*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Theaker, A. (2020). *The Public Relations Handbook*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429298578>

- Unayah, N., & Sabarisman, M. (2015). Fenomena Kenakalan Remaja Dan Kriminalitas: The Phenomenon Of Juvenile Delinquency And Criminality. *Sosio Informa*, 2 No 2(2), 74–88.
- Venus, A. (2018). *Manajemen Kampanye Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ward, J., & Peppard, J. (2002). *Strategic Planning For an Information System: Vol. 8 Pt 2*. New York : John Wiley & Sons, Inc. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(90\)90122-k](https://doi.org/10.1016/0024-6301(90)90122-k)
- Wasesa, S. A., & Macnamara, J. (2018). *Strategi Public Relations : Membangun Pencitraan Berbiaya Minimal Dengan Hasil Maksimal*. Jakarta : PT. Gramedia.
- Wawan. (2016). Peranan Pemerintah Desa Dalam Menanggulangi Masalah Keamanan Dan Ketertiban. *Jurnal Eksekutif*, Vol 1(No 7).
- Wawan, A., & Dewi, M. (2014). *TEORI & PENGUKURAN PENGETAHUAN, SIKAP, DAN PERILAKU MANUSIA*. Yogyakarta : Nuha Media.
- Wulandari, W. E. (2021). *The Power Of Visual*. Artikel Kementrian Keuangan RI. Djkn Kemenkeu. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpkn-balikpapan/baca-artikel/14462/The-Power-of-Visual.html>.
- Yin, R. K. (2015). *Case Study Research : Design and Methods* (Applied so). Jakarta : Rajawali Pers.
- Zhao, X. (2020). Health communication campaigns: A brief introduction and call for dialogue. *International Journal of Nursing Sciences*, 7, S11–S15. <https://doi.org/10.1016/j.ijnss.2020.04.009>