

DAFTAR PUSTAKA

- Amecorg.com. *Integrated Evaluation Framework*. Diakses melalui <https://amecorg.com/amecframework/>
- Adhrianti, L. (2018). Infografis Penguatan Reputasi Kehumasan Pemerintah melalui Narasi Tunggal Sosialisasi Paket Kebijakan Ekonomi. *Jurnal ASPIKOM*. Vol 3. No 5.
- Ardial. (2014). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta : Bumi Aksara
- Asy'arie, Musa. (2007). *Strategi komunikasi menyerap aspirasi masyarakat akar rumput*. Jakarta:Depkominfo
- Baskoro, M. (2020). Penggunaan PESO Model dalam Perencanaan Strategi *Online Marketing* untuk Program Studi Desain Komunikasi Visual. *Jurnal Titik Imaji*. Volume 2 no 1.
- Bidang Investasi BPKH. (2020). *Apa dan Bagaimana Investasi Keuangan Haji BPKH*. Jakarta: BPKH RI.
- BPKH. (2022). *Annual Report 2022: Transformasi Digital dan Penguatan ESG untuk Mendukung Optimalisasi Pengelolaan Keuangan Haji*. Jakarta: BPKH.
- Chandra, G. (2002). *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Cutlip, dkk. (1971). *Effective Public Relations*. Englewood Cliffs N.J.: Prentice Hall Inc.
- Cutlip, dkk. (2013). *Effective Public Relation*. England: Pearson Education Limited.
- Dietrich, G. (2020, 8 September). *What is The PESO Model?*. Diakses melalui <https://spinsucks.com/communication/peso-model-breakdown/>
- Dihni, V. (2022, 15 Agustus). *Ini Sederet Rencana Prioritas Anak Muda Indonesia di Tahun Depan*. Diakses melalui Katadata <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/15/ini-sederet-rencana-prioritas-anak-muda-indonesia-di-tahun-depan>
- Eoin Devereux (2010). *Understanding the Media, Kajian dan Posisi Manajemen Media serta Peta Media di Indonesia*, Ed. Amir Effendi Siregar. Yogyakarta
- Graham, M.W. (2014). Government Communication in The Digital Age: Social Media's Effect on Local Government Public Relations. *Public Relations Inquiry*. Vol 3. No 3.
- Haryono, Cosmas G. (2020). *Ragam Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Sukabumi: Jejak Publisher.

Hayashi, R. (2022, 25 April). Melihat Data Jemaah Haji Indonesia dari Tahun ke Tahun. Diakses melalui Kumparan <https://kumparan.com/kumparannews/melihat-data-jemaah-haji-indonesia-dari-tahun-ke-tahun-1xuHJsS87eU/full>

Hidayah, D. (2022). Humas Pemerintah dan Pengelolaan Media Sosial (Studi Kasus Pada Biro Humas Kementerian Perindustrian RI Sebagai Pengelola Akun Facebook, Twitter, Instagram, dan Youtube @kemenperin_ri Periode Tahun 2019 - 2021).. Tesis. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

Humas BPKH. (2020, 30 November). Empat Fatwa MUI Soal Haji. Diakses melalui BPKH <https://bpkh.go.id/empat-fatwa-mui-soal-haji/>

Hernawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Erlangga

John. E. Martson. (1979). *Modern Public Relations*. New York: McGraw-Hill.

Indonesia. (2007). *Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika tentang Kode Etik Humas Pemerintah*. Departemen Komunikasi & Informatika Republik Indonesia: Jakarta

Ishak, A. (2012). Peran *Public Relations* dalam Komunikasi Organisasi. *Jurnal Komunikasi*. Vol 1. No 4.

Isharyanto. (2015). *Hukum Kelembagaan Negara (Studi Hukum dan Konstitusi Mengenai Perkembangan Ketatanegaraan Republik Indonesia)*. Surakarta: Fakultas Hukum UNS.

Kasali, R. (2003). *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

Kasim, D. (2018). Fiqh Haji (Suatu Tinjauan Historis dan Filosofis). *Jurnal Al-'Adl*. Vol 11. No 2.

Kementerian Kesehatan RI. (2015, September 7). *Separuh Jemaah Haji Punya Risiko Tinggi Kesehatan*. Facebook: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1114737705222995&set=separuh-calon-jamaah-haji-punya-risiko-tinggi-kesehatanlebih-dari-separuh-total->

Kementerian PANRB (2011). Peraturan Menteri Negara Pemberdayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia No 30 Tahun 2011 tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintah.

Khalid, S. (2022, 25 April). Gaungkan Ayo Haji Muda, BPKH Gandeng Paguyuban Kusir Andong Yogya. *Harian Jogja*. Diakses melalui <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2022/04/25/510/1100022/gaungkan-ayo-haji-muda-bpkh-ri-gandeng-paguyuban-kusir-andong-diy>

Kristina. (2023, 6 September). Masa Tunggu Haji Malaysia Capai 149 Tahun, Antrean 3 Juta Orang. Detik.com. Diakses melalui <https://www.detik.com/hikmah/haji-dan-umrah/d-6916373/masa-tunggu-haji-malaysia-capai-149-tahun-antrean-3-juta-orang#:~:text=Executive%20Director%20of%20Group%20Finance,tunggu%20mencapai%203.901.215%20orang>.

Lee, M. (2008). *Government public relations*. Boca Raton: CRC Press

Lubis, A. (2022). Kritik Komunikasi Kampanye Publik pada Kampanye Stunting Dinas Kesehatan Kulon Progo Tahun 2018. *Jurnal Media dan Komunikasi Indonesia*. Vol 3. No 1.

Macnamara, J et al. (2016). 'PESO' Media Strategy Shifts to 'SOEP': Opportunities and Ethical Dilemmas. *Public Relations Review*.

Mukarom, Z. dan Laksana, M. (2015). *Manajemen Public Relation*. Bandung: Pustaka Setia

Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana, Prenamedia Group

Nuryanti, E. (2022, 2 Februari). Kapuskeshaji: Dalam 15 Tahun Terakhir, Angka Kematian Jemaah Haji Indonesia Relatif Flat 2%. Apakah ini Harus Jadi Kematian Minimal?. Diakses melalui Puskes haji <https://puskeshaji.kemkes.go.id/berita/2022/2/2/kapuskes haji-dalam-15-tahun-terakhir-angka-kematian-jemaah-haji-indonesia-relatif-flat-2-apaka>

Percy, L. (2008). *Strategic Integrated Marketing Communication*. Burlington: Elsevier Inc.

PERHUMAS. (2019, 4 Maret). *PR Measurement & Evaluation*. Diakses melalui <https://www.perhumas.or.id/humas-berbagai-bidang-mendapat-penyuluhan-pr-measurement-evaluation/>

Pfau, & Parrot. (2002). *The Persuasion Hand book: Developments in Theory and Practice*. Thousand Oaks: SAGE.

Pieterse, W. (2009). *Channel Choice: Citizens' Channel Behaviour and Public Service Channel Strategy*. Enschede, Belanda: Gildeprint B.V.

PR INDONESIA. (2019, 3 Desember). *PR Value Bukan Untuk Mengukur PR*. Diakses melalui <https://www.prindonesia.co/detail/1442/Pr-Value-Bukan-untuk-Mengukur-PR>

Rahardjo, Mudjia. (2011) *Metode pengumpulan data penelitian kualitatif*. Diakses melalui <http://repository.uin-malang.ac.id/1123/>



Rahayu. (2010). Ekonomi dan Manajemen Media: Perkembangan Kajian Otokritik dan Eksplorasi Terhadap Isu Lokalitas. *Potret Manajemen Media di Indonesia*, ed. Amir Effendi Siregar dkk. Yogyakarta: UII Total Media.

Rainer. P. (2023, 5 November). Inilah Angka Harapan Hidup Negara-Negara di ASEAN, Cek Posisi Indonesia. Goodstats.id. Diakses melalui <https://goodstats.id/article/inilah-angka-harapan-hidup-negara-negara-asean-cek-posisi-indonesia-X32CS#:~:text=Selanjutnya%2C%20terdapat%20Malaysia%20dengan%20angka,harapan%20hidup%2073%2C6%20tahun.>

Rice & Atkins (2013). *Public Communication Campaign, 4th Edition*. California: Sage Publication

Ridwan, A. (2021, 21 Desember). Anak Muda Naik Haji Keren. Diakses melalui <https://uinsgd.ac.id/anak-muda-naik-haji-keren/>

Rushan, R. (2002). *Manajemen Humas & Komunikasi: Konsepsi & Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers

Ruslan, R. (2002). *Manajemen Humas & Komunikasi: Konsepsi & Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Ruslan, R. (2008). *Kiat dan strategi kampanye public relation*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Rogers, E. M., & Storey, J. D. (1987). Communication campaigns. In C. R. Berger & S. H. Chaffee (Eds.), *Handbook of communication science*. California: Sage Publications

Saputra, M. (2023). *COMPETING MEDIA RICHNESS THEORY: Psychological and Cognitive Endowments* sebagai Perspektif Fundamental atas Daya Serap Kognisi Pelajar. Thesis. Yogyakarta: UGM

Setkab.go.id. (2021, 24 Desember). *Ihwal Urusan Pemerintah Umum*. Diakses melalui <https://setkab.go.id/ihwal-urusan-pemerintahan-umum/#:~:text=Urusan%20Pemerintahan%20Absolut%20sepenuhnya%20merupakan,dan%20fiskal%20nasional%2C%20dan%20agama.>

Sistem Informasi dan Komputerisasi Haji Terpadu, Kementerian Agama Republik Indonesia. <https://haji.kemenag.go.id/sidb/admin/index.php?page=kesehatan&nav=0>

Sukmana, R. (2022, 21 April). *Praktisi PR BUMN Harus Dapat Mengembangkan Strategi PESO Model*. Diakses melalui <https://suarapemerintah.id/2022/04/praktisi-pr-bumn-harus-dapat-mengembangkan-strategi-peso-model/>

Suyanta dan Ekowarni. (2012). Pengalaman Emosi dan Mekanisme Koping Lansia yang Mengalami Penyakit Kronis. *Jurnal Psikologi*. Vol 39. No 2.



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Strategi Pemilihan Media Kampanye Komunikasi oleh Lembaga Negara (Studi Kasus Aktivitas dan Media

Kampanye Komunikasi "Ayo Haji Muda" oleh Badan Pengelola Keuangan Haji)

Alfaren Niambahar Wicaksono Anwar, Nyarwi Ahmad, S.IP., M.Si., Ph.D.

Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Thomson Reuters dan Dina rStandard. (2017). *Haj and Umrah: Developments and Opportunities*. Dubai: Thomson Reuters.

Tulung, H. (2013). *Peran dan Fungsi Strategis Humas*. Diakses melalui

Venus, A. (2004). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Waymer, D. (2013). Public Relations Review Democracy and Government Public Relations: Expanding The Scope of "Relationship" in Public Relations Research. *Public Relations Review*. 39(4)

Wulandari, D. (2018, 27 Desember). Bidik Millenials, BPKH Kampanyekan "MINA". Mix.co.id. Dikases melalui <https://mix.co.id/marcomm/brand-communication/branding/bidik-millennials-bpkh-kampanyekan-mina/>

Yin, Robert K. (1989). *Case Study Research: Design and Methods*, California: Sage Publications.