

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A. 2001. *Press Relations : Kiat Berhubungan Dengan Media Massa*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Agustinova, Danu Eko. 2015. *Memahami Metode Penelitian Kualitatif, Teori & Praktik*. Yogyakarta. CALPULIS
- Anisa, Renata, dan Rachmaniar, 2016. *Hoax Politik Pada Media Sosial Instagram (Studi Etnografi Visual Tentang Keberadaan Instagram dan Hoax Politik)*. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran: Prosiding Seminar Nasional Komunikasi 2016.
- Ardianto, E. 2011. *Handbook Of Public Relations: Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro., Komala, Lukiati., Karlinah, Siti., 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bivins, Thomas H. 2014. *Public Relations Writing The Essentials of Style and Format Eight Edition*. NY: McGraw-Hill.
- Bovet S., 1995. *38% of Canadian journalists use Internet, survey shows, Public Relations J*. Vol. 51, no. 8, pp. 54–55,.
- Broom, Glen M. 2009. *Cutlip & Center's Effective Public Relations Tenth Edition*. Pearson International Edition. Pearson Preantice Hall.
- Budiman, Ahmad. 2017. *Berita Bohong (Hoax) Di Media Sosial Dan Pembentukan Opini Publik*. Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI Majalah Info Singkat Vo.IX, No.01/Puslit/Januari /2017.
- Butterick, Keith. 2013. *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Creswell, John. W. (2014). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed.(Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Third Edition)*. Terjemahan Achmad Fawaid. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cutlip, Scot M.Center, Allen H. Broom, Glen M. 2006. *Effective Public Relations*. Edisi ke-9. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Franklin, Bob., Hogan, Mike., Langely, Quentin., Mosdell, Nick., dan Pill, Elliot. 2009. *Key Concepts in Public Relations*. London: SAGE

- Hadhy, Francisco D. 2017. *Komunikasi CSR Melalui Media Online Official Website (Kualitas Konten Informasi CSR PT Bukit Asam dan PT Vale Indonesia)*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Hardjana, Agus M. 2007. *Komunikasi Interpersonal dan Intrapersonal*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Hayes, Darrell C., Hendrix, Jerry A., Kumar Pallavi D. 2013. *Public Relations Cases, Ninth Edition, International Edition*. USA: Wadsworth, Cengage Learning.
- Heath, R. L., & Millar, D. P. 2004. *A Rhetorical Approach to Crisis Communication: Management, Communication Processes, and Strategic Responses*. In D. P. Millar & R. L. Heath (Eds.), *Responding to crisis: A rhetorical approach to crisis communication* (pp. 1-17). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum
- Holtz, Shel. 2002. *Public Relations On The Net: Winning Strategies to Inform and Influence The Media, The Investment Community, The Government, The Public, and More! Second Edition*. USA: American Management Association.
- Jefkins, Frank. 2004. *Public Relations Edisi Kelima*, Jakarta: Penerbit Erlangga
- Juliswara, Vibriza. 2017. *Mengembangkan Model Literasi yang Berbhinekaan dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (Hoax) di Media Sosial*. Jurnal Pemikiran Sosiologi Vol.4 No.2. Yogyakarta: Jurnal UGM
- Karlina, Ika. 2014. *Penyampaian Informasi dari Humas Pemerintah dan Pemberitaan Media (Analisis Key Messages Siaran Pers Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Nasional dan Pemberitaan Kurikulum 2013 selama April-Mei 2013 di Kompas, Republika, dan Antaranews.com)*. Jakarta: Jurnal Universitas Paramadina Vol. 11 No. 1 April 2014
- Kasali, Rhenald. 2003. *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti
- Kurnia, Novi. 2005. *Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi Terhadap Teori Komunikasi*. MediaTor, Vol.6 No.2.eJournal Unisba.
- Lattimore, Dan., Baskin, Otis., Helman, Suzette T., Toth, Elizabeth L. 2013. *Public Relations The Profession and The Practice Fourth Edition*. New York: Mc.Graw Hill.
- Levinson, Paul. 2014. *New New Media*. Pearson.

- Levinsohn, B., & Gibson, E. 2009. *An Unwelcome Delivery. Business Week*, Retrieved from http://www.businessweek.com/magazine/content/09_18/c4129btw107849.htm
- McQuail, Denis. 2008. *McQuail's Mass Communication Theory, Fifth Edition*. London: SAGE Publications.
- Moore, Frazier H. 2005. *Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi (Public Relations: Principles, Cases, and Problem)*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Nasution, Muhmmad Arsad. 2017. *Hoax Sebagai Bentuk Hudud Menurut Hukum Islam*. Padangsidempuan: IAIN Padangsidempuan.
- Neil, Marlene S. and Lee, Nicole. 2006. *Roles in Social Media: How the Practice of Public Relations Is Evolving. PR Journal Vol. 10, No.2. (Summer/Fall 2016)*
- Novita A, Clara. 2016. *Literasi Media Baru dan Penyebaran Informasi Hoax Studi Fenomenologi Pada Pengguna Whatsapp Dalam Penyebaran Informasi Hoax Periode Januari-Maret 2015*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada
- Nurdianti, Siti Rahma. 2014. *Analisis Faktor-Faktor Hambatan Komunikasi Dalam Sosialisasi Program Keluarga Berencana Pada Masyarakat Kebon Agung-Samarinda*. eJournal Ilmu Komunikasi, 2014, 2 (2): 145-159.
- Pavlik, John. 2004. *Mapping The Qonsequences of Technology On Public Relations. Institute For Public Relations*. <https://instituteforpr.org/mapping-technology-consequences/>
- Prastya, Raden Narayana Mahendra. 2013. [Media Sosial Dan Peran Manajerial Public Relations \(studi Kasus Terhadap Peran Bidang Komunikasi Korporat Pt Pln Persero Dalam Penyusunan Kebijakan Terkait Etika Penggunaan Media Sosial Di Lingkungan Perusahaan\)](#). Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada
- Rahadi, Dedi Rianto. 2017. *Perilaku Pengguna Informasi Hoax di Media Sosial*. Jurnal Manajemen & Kewirausahaan Vo.5, No.1. Malang Reich,B. and Solomon, D. (2008), *Media Rules: Mastering Today's Technology*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons
- Ramadhan, Hafidz. 2015. *Manajemen Komunikasi Dalam Penyelenggaraan Special Event (Studi Kasus Proses Manajemen Komunikasi Dalam Penyelenggaraan Special Event Oleh PlusOne Indonesia Periode Oktober 2014 –Juli 2015)*. Yogyakarta: Univeristas Gadjah Mada

- Scott, D.M. (2008). *The New Rules of Viral Marketing: How Word-of-Mouse Spreads Your Ideas for Free. An e-book available at http://www.davidmeermanscott.com/products_ebooks.htm. Socialtext, Fortune, 500.*
- Sellnow, Timothy L., Littlefield, Robert S., Vidoloff, Kathleen G., Webb, Elizabeth M. 2009. *The Interacting Arguments of Risk Communication in Response to Terrorist Hoaxes. Journal Argumentation and Advocacy Vol.45 Issue 3. Taylor & Francis Online*
- Sendjaja, S. Djuarsa . 1994. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan RI
- Smith, Ronald D. 2005. *Strategic Planning for Public Relations Second Edition*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Smith, Ron. 2014. *Public Relations The Basics*. UK: Routledge
- Sutantohadi, Alief. dan Wakhidah, Rokhimatul. 2017. *Bahaya Berita Hoax dan Ujaran Kebencian Pada Media Sosial Terhadap Toleransi Bermasyarakat*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol.1 No.1.
- Theaker, Alison, 2004. *The Public Relations Handbook Second Edition*. New York: Routledge
- Veil, S. R., Buehner, T., & Palenchar, M. (2011). *A work in-progress literature review: Incorporating social media in risk and crisis communication. Journal of Contingencies and Crisis Management, 19(2)*, 1-13.
- Veil, Shari R., Sellnow, Timothy L., Petrun, Elizabeth L., 2012. *Hoaxes and the Paradoxical Challenges of Restoring Legitimacy: Dominos' Response to Its YouTube Crisis*. SAGE.
- Vidoloff, Kathleen. 2009. *New Zealand Beef Industry: Risk Communication in Response to a Terrorist Hoax*. Springer Science + Business Media, LLC.
- Wigley, Shelley., Zhang, Weiwu. 2011. *A Study Of PR Practitioners'Use of Social Media In Crisis Planning*. The Public Relations Journal Vol.5, No.3. PRSA
- Wilson, Laurie J. and Ogden, Joseph D. 2008. *Strategic Communications Planning For Effective Public Relations and Marketing Fifth Edition*. USA: Kendal/Hunt Publishing Company.
- Wilcox, D.L, Cameron, G.T., Ault, P.H, Agee, W.K. 2003. *Public Relations, Strategies and Tactics*, 7th edition, Allyn and Bacon
- Wiryanto, 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Grasindo

Witmer, Diane F. 2012. *Public Relations Management A Tea,-Based Approach*. USA. Kendal Hunt Publishing Company

Yin, Robert K. 2014. *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Sumber Online:

- <http://trendtek.republika.co.id/berita/trendtek/internet/17/04/11/oo7uxj359-begini-dampak-berita-hoax> - diakses tanggal 30 Maret 2018
- <https://www.brilio.net/serius/hoax-dan-ujaran-kebencian-jadi-bisnis-ini-5-dampak-paling-mengerikan-170825g.html> - diakses pada 30 Maret 2018
- http://www.aqua.com/kabar_aqua/berita-perusahaan/klarifikasi-isu-floride-dari-1 diakses 2 April 2018
- <http://jateng.tribunnews.com/2018/02/18/ini-cara-mengenali-hoaks-menurut-menkominfo-rudiantara> diakses 2 April 2018
- https://www.bkkbn.go.id/pocontent/uploads/Infografis_Hasil_Survey_MASTE_L_tentang_Wabah_Hoax_Nasional.pdf. diakses 30 Maret 2018
- <http://trendtek.republika.co.id/berita/trendtek/internet/17/04/11/oo7uxj359-begini-dampak-berita-hoax> diakses 2 April 2018
-
- <http://www.pusri.co.id/ina/berita-amp-kegiatan-berita-terkini/kerjasama-pusri-palembang-ppjk-unsri-rekrut-tenaga-kerja/> diakses pada 25 Oktober 2018