

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Adair, Jhon. 2007. *Pemimpin yang berpusat Pada Tindakan*. Binarupa Aksara: Jakarta.
- Agus, I Putu. 2014. *Komputer dan Masyarakat*. Bandung: Informatika
- BNN. 2016. *Peta Kawasan Rawan Narkoba Di Indonesia Tahun 2016*, Jakarta: Direktorat Pemberdayaan Alternatif Deputy Pemberdayaan Masyarakat BNN
- BNN. 2015. *Petunjuk Pelaksanaan Dan Petunjuk Teknis Pemberdayaan Masyarakat Dalam Upaya P4GN*, Jakarta: Deputy Pemberdayaan Masyarakat BNN
- Beard, Charless Austin. 2010. *The Industrial Revolution*. New York. Routledge Taylor & Francis Group
- Bromley, D. B. 1993, *Reputation. Image, and Impression Management*. West Sussex, England: John Wiley & Sons.
- Deuze, M. 2007. *Media Work Digital Media and Society*. Cambridge: Polity
- Eriyanto. 2007. *Teknik Sampling Analisis Opini Publik*. Yogyakarta: LKiS Pelangi Aksara.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hartono, Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta : Andi
- Hartono, Jogiyanto. 2018. *Metoda Pengumpulan Dan Teknik Analisis Data*. Yogyakarta : Andi

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan Republik Indonesia*. Jakarta: Kemetrian Perdagangan RI

Leah A. Lievrouw. 2006. *The Handbook of New Media Updated Student Edition*. London: SAGA Publications

Lerner, D. (1958). *The passing of traditional society: Modernizing the Middle East*. New York, NY, US: Free Press.

Madcoms. 2010. *Facebook, Twitter, dan Plurk dalam Satu Genggaman*. Yogyakarta:ANDI

McLuhan, Marshall. 1999. *Understanding Media, the Extention of Man*. London: Routledge.

Monroe, Kristen Renwick. 1996. *The Heart of Altruism: Perceptions of a Common Humanity*. Princeton: Pinceton University Press

Rachmadi. 1996. *PR dalam Teori Dan Praktek Aplikasi Dalam Badan Usaha. Swasta Dan Lembaga Pemerintahan*. Jakarta: PT.Gramedia.

Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of innovations*. New York: Free Press.

Roslan, Rosady. 2016. *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers

Tajfel and Turner, 1986 *The social identity theory of intergroup behavior* S. Worchel, W.G. Austin (Eds.), Psychology of intergroup relations, Nelson-Hall, Chicago (1986), pp. 7-24

Santoso, Singgih. (2000). *Buku Latihan SPSS: Statistik Parametrik*. Jakarta: ELex Media Komputindo.

Sorokin, Pitirim. 1950. *Altrusitic Love: A study of American "Good Neighbors" and Christian Saints*. Boston: Beacon Press.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Zarella, D. 2010. *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta Anggota IKAPI.

JURNAL

Ajzen, I. 1991. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50, 179-211.

Algesheimer et al., 2005. The social influence of brand community: Evidence from European car clubs. *Journal of Marketing*, 69 (3) (2005), pp. 19-34, 10.1509/jmkg.69.3.19.66363

Alikilic, O., & Atabek, U. 2012. Public Relations Review Social media adoption among Turkish public relations professionals : A survey of practitioners □. *Public Relations Review*, 38(1), 56–63.
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2011.11.002>

Allagui, I., & Breslow, H. 2016. Public Relations Review Social media for public relations : Lessons from four effective cases. *Public Relations Review*, 42(1), 20–30. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.12.001>

Curtis, L., Edwards, C., Fraser, K. L., Gudelsky, S., Holmquist, J., Thornton, K., & Sweetser, K. D. 2010. *Public Relations Review*, 36, 90–92.
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2009.10.003>

Deci, e.l., vallerand, r.j., pelletier, l.g., & ryan, R.M. (1991). Motivation and education: The self-determination perspective. *Educational Psychologist*, 26, 325–346.

Emler, N. 1990, "A Social Psychology of Reputation," in Euro- pean Review of

Sociology, Vol. 13, W. Stroebe and M. Hew- stone. eds. New York: Academic Press, 173-237

Gabriel, S. P. 2016. Social Media Use By Public Relations Practitioners In Malaysia : An Exploratory Study, *50*(5).

Heather, Bircham-Connolly. James Corner and Stephen Bowden, 2005. “An Empirical Study of the Impact of Question Structure on Recipient Attitude during Knowledge Sharing”, *The Electronic Journal of Knowledge Management*, Volume 32 Issue 1, pp 1-10.

Hogel, M., Parboteeah, K.P. and Munson, C.L. 2003 .“Team-level antecedents of individuals Knowledge networks”, *Decision Sciences*

Hsu, C., & Lin, J. C. 2008. Acceptance of blog usage : The roles of technology acceptance , social influence and knowledge sharing motivation, *45*, 65–74.
<https://doi.org/10.1016/j.im.2007.11.001>

Iris Vilnai-Yavetz, Olga Levina, *Motivating Social Sharing of E-Business Behavior Content: Intrinsic Motivation, Extrinsic Motivation, or Crowding-out Effect?*, (2017), doi: 10.1016/j.chb.2017.10.034

Johnson, D. and Grayson, K. 2005, "Cognitive and affective trust in service relationships", *Journal of Business Research*, Vol. 58 No. 4, pp. 500-7.

Kitchen, P. J., & Panopoulos, A. 2010. Online public relations: The adoption process and innovation challenge, a Greek example. *Public Relations Review*, *36*(3), 222–229. <https://doi.org/10.1016/j.radphyschem.2016.05.022>

Lapinski & Rimal, 2005. *An explication of social norms. Communication Theory*, *15* (2) (2005), pp. 127-147

Lederer, A. L.,Maupin, D.J., Sena, M.P., & Zhuang, Y.(2000). The Technology Acceptance Model and the World Wide Web. *Decision Support System*, *29*, 269-282)

Lewis, D. and Weigert, A. 1985, "Trust as a social reality", *Social Forces*, Vol. 63 No. 4, pp. 967-85.

Lilley, S., Grodzinsky, F., & Gumbus, A. 2012. Revealing the commercialized and compliant Facebook user. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 10(2), 82-92.
<https://doi.org.ezproxy.ugm.ac.id/10.1108/14779961211226994>

McAlexander et al., 2002 Building brand community . *Journal of Marketing*, 1 (1) (2002), pp. 38-54,

Melone N.P. 1990."A theoritical Assesment of User- Satisfaction Construct in Information System Research". *Management Science* (36:1),p.76-91.

Ngai, E. W. T., Tao, S. S. C., & Moon, K. K. L. 2015. Social media research: Theories, constructs, and conceptual frameworks. *International Journal of Information Management*, 35(1), 33–44.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2014.09.004>

Ouiridi, A., Ouiridi, M., Segers, J., & Henderickx, E. 2015. Employees' use of social media technologies: A methodological and thematic review. *Behavior & Information Technologies*, 34(5), 454-464.
<https://doi.org.ezproxy.ugm.ac.id/10.1080/0144929X.2015.1004647>

Park and Smith, 2007. Distinctiveness and influence of subjective norms, personal descriptive and injunctive norms, and societal descriptive and injunctive norms on behavioral intent: A case of two behaviors and critical to organ donation. *Human Communication Research*, 33 (2) (2007), pp. 194-218

Perkins, 2003. The social norms approach to preventing school and college age substance abuse, *Jossey-Bass*, San Francisco (2003), pp. 3-17

Prensky, Marc. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. On the Horizon, MCB University Press, Vol. 9 No. 5, October 2001.

- Rimal dan Real, 2003. Understanding the influence of perceived norms on behaviors. *Communication Theory*, 13 (2003), pp. 184-203
- Rimskii, V. 2011. The influence of the Internet on active social involvement and the formation and development of identities. *Russian Social Science Review*, 52 (1), 79-101.
- Seo, H., Kim, J. Y., & Yang, S. U. (2009). Global activism and new media: A study of transnational NGOs' online public relations. *Public Relations Review*, 35(2), 123–126. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2009.02.002>
- Sweetser, K. D., Porter, L. V., Chung, D., & Kim, E. (2008). Credibility and the uses of blogs among professionals in the information industry. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 85, 169–185
- Taylor, M., & Perry, D. (2005). *Diffusion of traditional and new media tactics in crisis communication*. *Public Relations Review*, 31, 209–217
- T.S.H. Teo, V.K.G. Lim, R.Y.C. Lai, Intrinsic and extrinsic motivation in Internet usage, *OMEGA International Journal of Management Science* 27 (1), 1999, pp. 25–37.
- Venkatesh, V. dan Goyal, S. 2010. “ Expectation disconfomation and Technology Adoption : Polynomial Modeling and Response Surface Analysis”. *MIS Quarterly*, Vol.34, pp 281-303
- Weiss, A. M., E. Anderson and D. J. MacInnis. 1999. Reputation Management as a Motivation for Sales Structure Decisions. *Journal of Marketing*. 63(Oct)(4):74-89.

NASKAH PUBLIKASI

Nurdiantoro, Andri Dwi. 2015. *Strategi Divisi Humas Mabes Polri dalam Upaya Mengembangkan Relasi dengan Media Periode Tahun 2011-2013*. Yogyakarta: Universitas Gadjah mada

Putra, I. G., & Kurnia, N. (2010). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Profesionalisme Praktisi Humas (Public Relations) Di Indonesia*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

Pradipta.2017. *Media Sosial Dalam Aktivitas Humas Pemerintah (Studi Deskriptif Pengelolaan Media Sosial oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Tengah sebagai Media Komunikasi Bagi Pemerintah Provinsi Jawa Tengah)*. Yogyakarta: Universitas Gadjah mada

Rusmuliadi.2015. *Manajemen Public Relations Bagian Humas Kejaksaan Agung Indonesia*. Yogyakarta: Universitas Gadjah mada

Setyawan. 2015. *Humas Dalam Pengelolaan Media Komunikasi (Studi Deskriptif Aktivitas Humas PT Kereta Api Indonesia dalam Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Perusahaan)* Yogyakarta: Universitas Gadjah mada

Yakub, Muhammad. 2016. *Peran Humas TNI AD Dalam Menghadapi Opini Publik Untuk Meningkatkan Ketahanan Lembaga (Studi Kasus Pemberitaan Media Tentang Bentrok TNI AD-POLRI di Batam Kepri)*. Yogyakarta: Universitas Gadjah mada

LAPORAN PENELITIAN

APJII.2017. *Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017*. <https://apjii.or.id/content/read/39/342/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2017>. Diakses tanggal 10 November 2018

Industrial Research Intirute. 2016 *GLOBAL R&D FUNDING FORECAST*.https://www.iriweb.org/sites/default/files/2016GlobalR&DFundingForecast_2.pdf. Diakses tanggal 9 November 2018

IMD.2018. *IMD WORLD DIGITAL COMPETITIVENESS RANKING 2018*.
https://www.imd.org/globalassets/.../imd_world_digital_competitiveness_ranking_2018..... Diakses tanggal 9 November 2018

Katadata.2017. *Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/01/media-sosial-apa-yang-paling-sering-digunakan-masyarakat-indonesia>. Diakses tanggal 10 November 2018

UNDANG-UNDANG

Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik Peraturan Kepala Badan kepegawaian negara Nomor 47 tahun 2015 Tentang Petunjuk Teknis Pelaksanaan Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 46 tahun 2014 tentang Jabatan fungsional.

Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 83 tahun 2012 Tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah.

ARTIKEL

Aliya, Nadira.2018. *Pengertian Youtube Beserta Manfaat dan Fitur-fitur Youtube yang Perlu Anda Ketahui*. <https://www.nesabamedia.com/pengertian-youtube/> Diakses pada 21 Oktober 2018

Alfarizi,M.K.2018. Ini 6 Aplikasi Jejaring Sosial Terlaris di Dunia <https://tekno.tempo.co/read/1086501/ini-6-aplikasi-jejaring-sosial-terlaris-di-dunia> / Diakses tanggal 11 Juni 2019

BNN, 2018, Sejarah BNN. <https://bnn.go.id/sejarah/> Diakses pada 26 Februari 2019

- BNN, 2018, *Visi Misi BNN*. <https://bnn.go.id/visimisi/> Diakses pada 26 Februari 2019
- BNN, 2018. *Tugas Fungsi dan Wewenang*. <https://bnn.go.id/tugas-fungsi-dan-wewenang/> Diakses pada 26 Februari 2019
- BNN, 2018. *Kepala BNN dari Masa ke Masa* / <https://bnn.go.id/kepala-bnn/> Diakses pada 1 maret 2019
- BNN, 2018. *Struktur Organisasi* <https://bnn.go.id/struktur-organisasi/> / Diakses pada 1 maret 2019
- BNN. 2019. Hubungan Kerjasama <https://bnn.go.id/huker/> Diakses pada 1 maret 2019
- Brown, B., Sikes, J., & Willmott, P., 2013. *Bullish on digital: McKinsey global survey results*. Retrieved from, <http://www.mckinsey.com/insights/business-technology/bullish-on-digital-mckinsey-global-survey-results/> / Diakses pada 1 Mei 2019
- Databoks, 2019. *Berapa Pengguna Media Sosial Indonesia* / <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/berapa-pengguna-media-sosial-indonesia/> / Diakses pada 1 Juni 2019
- First Direct, 2013. *The 'Ranters' and 'Peacocks' - new personality types in social media* / https://www.newsroom.firstdirect.com/press/release/the_ranters_and_peacocks_-_new/ / Diakses pada 5 Juni 2019
- Institute for Public Relations, 2013. *Top 10 social media research articles for the first half of 2013 for public relations professionals*. Retrieved from, <http://www.instituteforpr.org/wp-content/uploads/TOP10SMarticles2013-FIX.pdf>. Internetworldstats / Diakses pada 1 Mei 2019
- Jamaludin, F. 2018. *Media sosial merajai pengguna internet di dunia.*, <https://www.merdeka.com/teknologi/media-sosial-merajai-pengguna-internet-di-dunia.html> / Diakses pada 1 Juni 2019

- Kanal Pengetahuan, 2015. *Sejarah Singkat Twitter*.
<http://www.kanal.web.id/2015/09/sejarah-singkat-twitter.html>. Diakses pada tanggal 21 April 2019
- Kominfo.2015. *Menkominfo Minta Para Pejabat Humas K/L Memanfaatkan Teknologi Media Sosial*.
https://www.kominfo.go.id/content/detail/4533/menkominfo-minta-para-pejabat-humas-kl-memanfaatkan-teknologi-media-sosial/0/berita_satker. Diakses tanggal 9 November 2018
- Kominfo.2015. *Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia*.
https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media
- Kominfo.2018. *Indonesia Akan Jadi Pemain Ekonomi Digital Terbesar di Asia Tenggara*.
https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/6441/Indonesia+Akan+Jadi+Pemain+Ekonomi+Digital+Terbesar+di+Asia+Tenggara/0/berita_satker. Diakses tanggal 9 November 2018
- Motivasee.2018. *Apa itu Twitter dan Tips Cara Menggunakannya*.
[https://motivasee.com/twitter/Apa itu Twitter dan Tips Cara Menggunakannya/](https://motivasee.com/twitter/Apa%20itu%20Twitter%20dan%20Tips%20Cara%20Menggunakannya/) Diakses tanggal 9 November 2018
- Pratama,Aswab N.2018. *Hari Ini dalam Sejarah: Aplikasi Instagram Dirilis*.
<https://tekno.kompas.com/read/2018/10/06/10512437/hari-ini-dalam-sejarah-aplikasi-instagram-dirilis>. Diakses tanggal 21 April 2019
- PRSA, 2012. *About Public Relation*. <https://www.prsa.org/all-about-pr/> Diakses tanggal 20 Maret 2019
- Ritholz, B. *History of social -media*. Retrieved December 05, 2010,
<http://www.ritholtz.com/blog/2010/12/history-of-social-media/> Diakses tanggal 20 Maret 2019
- Selsyi,2018. *Mendapat Like di Media Sosial Sama Menyenangkannya Seperti Mendapat Hadiah Atau Mengonsumsi Coklat* /<https://ugetuget.com/like-di-media-sosial-5508/> Diakses tanggal 1 Mei 2019

Tosani.2018. *Kampanye Cegah Narkoba Manfaatkan Media Sosial.*
[http://mediaindonesia.com/read/detail/179022-kampanye-cegah-narkoba- /](http://mediaindonesia.com/read/detail/179022-kampanye-cegah-narkoba-/)
Diakses tanggal 20 Maret 2019

VOA Indonesia, 2019. *Studi Kaitkan Kecanduan Medsos dengan Kecanduan Narkoba* <https://www.voaindonesia.com/a/studi-kaitkan-kecanduan-medsos-dengan-kecanduan-narkoba/4744994.html/> Diakses tanggal 1 Mei 2019