

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, A., Irawan. (2013). *Social Media Nation, 15 Inspirasi Berjejaring Sosial*. Jakarta: Prasetiya Mulya Publishing.
- Andreas, Kaplan M., & Haenlein Michael. (2010). *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. US: Business Horizons.
- Argenti, Paul A. (2010). *Korporate Komunikasi*. (5th ed). Jakarta: Salemba Humanika.
- Aronson, Merry. Don Spetner., & Carol Ames. (2007). *The Public Relations Writer's Handbook*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Balmer, John., & Stephen Greyser. (2003). *Prespective on Identity, Image, Reputation, Corporate Branding, and Corporate Level Marketing*. USA: Routledge.
- Bidgoli, Hossein. (2004). *The Internet Encyclopedia Volume 2*. New Jersey: John Wiley and Sons.
- Cornelissen, Joeb. (2004). *Corporate Communication: Theory and Practice*. London: Sage Publications Inc.
- _____. (2014). *Corporate Communication: A Guide to Theory & Practice*. London: Sage Publications Inc.
- Croteau, David & Hoynes. (1997). *Media Society, Industries, Images, and Audience*. London: Pine Forge Press.
- Cutlip, Scoot M. Allen H. Center., & Glen M. Broom. (2009). *Effective Public Relations*. (10th ed). USA: Pearson Education Inc.
- Firdaus., & Fakhry Zamzam. (2018). *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Flew, T. (2008). *New Media: An Introduction*. New York: Oxford University Pers.
- Fombrun. C. J. (1996). *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Boston: Harvard Busiess School Press.
- Frank, Jefkins. (1994). *Public Relations Untuk Bisnis*. Jakarta: Pustaka Binaman.
- _____. (2004). *Public Relations*. Terjemahan oleh Daniel Yadin. Jakarta: Erlangga.
- Friedrichsen, Mike., & Wolfgang Muhl-Benninghaus. (2013). *Handbook of Social Media Management*. New York: Springer Heidelberg.
- Gassing, Syarifuddin., & Suryanto. (2016). *Public Relations*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Green, Nicola., & Leslie Haddon. (2009). *Mobile Communication: An Introduction to New Media*. UK: MPG Books Group.
- Haiq, Matt. (2002). *The Essential Guide to Public Relations on the Internet*. London: Creative Print and Design (Wales).
- Heath. Robert L. (2000). *Handbook of Public Relations*. California: Sage Publicitaions Inc.
- Hennink, M., & Bailey, A. (2001). *Qualitative Research Methods*. USA: Sage Publications Inc.
- Ike, Luke. (2018). *Marketing: Traditional, Digital And Integrated*. UK: Xlibri Publishing.
- Kotler, Philip., & Keller, Kevin Lane. (2013). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. (13th ed). Jakarta: Erlangga.
- Keller, Kevin Lane. (2013). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. (12th ed). England: Pearson.
- Lattimore, Dan., Otis Baskin., & dll. (2009). *Public Relations: The Profession and The Practice*. US: McGraw-Hill.
- Lievrouw, Leah A. (2011). *Alternative and Activist New Media*. UK: Polity Press.



Lister, Martin., Jon Dovey., & dll. (2009). *New Media: A critical Introduction*. (2th ed). New York: Routledge.

Mahwah, Nj. (2005). *Media Acces: Social and Psychological Dimensions of New Technology Use*. Bloomington: Erlbaum Association Inc.

Malhotra. N. K. (2004). *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.

_____. (2000). *McQuail 's Communications Theory*. (4th ed). London: Sage Publications Inc.

McQuail, Denis. (2010). *Mass Communication Theory*. London: Sage Publications Inc.

Mulyana, Deddy. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Moleong. J. L. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Morisson. (2015). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.

Nasrullah, Rulli. (2014). *Komunikasi Antarbudaya di Era Budaya Siber*. Jakarta: Kencana.

Nazir, Mohammad. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.

Neuman. W. L. (2003). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approach*. Baoston: Allyn and Bacon.

Onggo, Bob Julius. (2004). *Cyber Public Relations Membangun dan Mempertahankan Merek Global di Era Globalisasi Lewat Media Online*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Patton, Michael Quinn. (2014). *Qualitative Research and Evaluation Methods*. USA: Sage Publication Inc.

Pelsmacker, P.D. Guens, M., & Bergh, J.V.D. (2001). *Marketing Communications*. England: Pearson Education Ltd.

_____. (2010). *Marketing Communications*. Italy: Pearson Education Ltd.

Pendit, Nyoman S. (2003). *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT. Pradaya Pramita.

Robert, K Yin. (2006). *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Safko, L., & Brake, D. K. (2009). *The Social Media Bible*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.

Sarwono, Jonathan. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Singarimbun, Masri., & Effendy. Sofian. (2008). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES.

Slouka, Mark. (1999). *Ruang Yang Hilang: Pandangan Humanis Tentang Budaya Cyberspace Yang Merisaukan*. Bandung: Mizan.

St. John III, Buton. (2017). *Public Relations and the Corporate Persona: The Rise of the Affinitive Organization*. Inggris: Routledge.

T.C. Melewar. (2008). *Facets Corporate Identity, Communications and Reputations*. New York: Routledge.

Theaker, Alison. (2001). *The Public Relations Handbook*. London: Roulledge.

Wahyuni, Hermin Indah. (2013). *Kebijakan Media Baru di Indonesia (Harapan, Dinamika, dan Capaian Kebijakan Media Baru di Indonesia)*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Van Riel, C. B. M. (1995). *Principles of Corporate Communication*. London: Prentice Hall.

Wasesa, Silih Agung (2005). *Strategi Public Relations Bagaimana Strategi Public Relations dari 36 Merek Global dan Lokal Membangun Citra, Mengendalikan Krisis dan Merebut Hati Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

White, Connie M. (2012). *Social Media, Crisis, Communication, and Emergency Management Leveraging Web 2.0 Technologies*. USA: CRC Press.

Jurnal Online

Aprinta, Gita. (2014). Strategi Cyber Public Relations dalam Pembentukan Citra Institusi Pendidikan Tinggi Swasta. *Jurnal The Messenger*, vol VI(1), 1-7. Tersedia di <http://journals.usm.ac.id/indek.php/the-messengerr/article/viewFile/161/133> diakses 11 Mei 2019.

Cornelissen, J.P. & Elving, W.J.L. (2003). Managing Corporate Identity: an Integrative Framework of Dimensions and Determinants. *Corporate Communications: An International Journal*, 8(2), 114–120.

Kostamo, Unna. (2013). The New Era of Corporate Marketing: Building and Managing Corporate Identity in Social Media. *Thesis of Master of Science in Economics and Business Administration*.

Donald. K. Wright., & Michele. D. Hinson. (2010). An Analysis Of New Communications Media Use In Public Relations: Results Of A-Five Year Trendy Study. *Public Relations Journal*, vol.4(2). Tersedia di https://www.researchgate.net/publication/228484745_An_analysis_of_new_communications_media_use_in_public_relations_Results_of_a_five-year_trend_study diakses.

Kurnia, Novi. (2005). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi. *Jurnal Mediator*, vol. 6(2), 292. SK No.56/DIKTI/Kep/2005. Tersedia di <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/1197/751> diakses.

Gabrina, Inez., & Suryanti. (2013). Analisis Strategi Cyber Public Relations PR Pertamina (Persero) untuk Sosialisasi Penyesuaian Harga LPG 12 Kg. *Journal Communication Spectrum*, vol. 3(2). Tersedia di http://jurnal.bakrie.ac.id/index.php/Journal_Communication_spectrum/article/view/1765 diakses.

Meranti., & Irwansyah. (2018). Kajian Humas Digital: Transformasi dan Kontribusi Industri 4.0 Pada Stratetjik Kehumasan. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, vol. 7(1) 27-36. Tersedia di <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jtik/article/viewFile/1458/pdf> diakses.

Nguyen, N., & LeBlanc, G. (2001). Corporate Image and Corporate Reputation in Customers Retentions Decisions in Service. *Journal of Retailing and Consumer Service*. *Journal of Retailing and Consumer Services* 8(4):227-236. DOI: [10.1016/S0969-6989\(00\)00029-1](https://doi.org/10.1016/S0969-6989(00)00029-1)

Li, Xian Guo., Xia Wang., & Yu Juan Cai. (2011). Corporate, Product, and User-Image Dimensions and Purchase Intentions The Mediating Role of Cognitive and Affective Attitudes. *Journal of Computers*, vol. 6(9). Doi:10.4304/jcp.6.9.1875-1879. Tersedia di <http://www.jcomputers.us/vol6/jcp0609-13.pdf> diakses.

Liu, Wenlin., Thomas Valente. Amanda M., & dll. (2017). *Social Network Theory. The International Encyclopedia of Media Effects*, DOI: 10.1002/9781118783764.wbieme0092. Tersedia di https://www.researchgate.net/publication/222074146_Corporate_Image_and_Cor

[porate Reputation in Customers' Retention Decisions in Services](#) diakses 16 November 2019.

Ribhul Azzem., & Ahmad Toni. (2018). Strategi Humas Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Dalam Pengelolaan Jejaring Sosial. *Jurnal Komunikasi*, vol.10(2). Tersedia di https://www.researchgate.net/publication/331677257_Strategi_Humas_Kementerian_Koperasi_dan_Usaha_Kecil_dan_Menengah_Dalam_Pengelolaan_Jejaring_Sosial diakses 17 November 2019.

Stuart, H. (1998). Exploring The Corporate Identity/Corporate Image Interface: An Empirical Study of Countancy Firms. *Journal of Communication Management* 2(4), pp. 357 – 373. ISSN 1363-254X. Tersedia di <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/eb023476/full/html> diakses 16 November 2019.

Majalah

Kartika, Ratna. (2018). *PR Semakin Efisien dan Efektif*. (Edisi 43, Oktober, IV). Jakarta: PT Media Piar Indonesia.

Kartika, Ratna. (2019). *PR Industri Keuangan di Era Digital*. (Edisi 51, Juni, V). Jakarta: PT Media Piar Indonesia.

Kartika, Ratna. (2019). *Menakar Arah Komunikasi Presiden Jilid Kedua*. (Edisi 57, Desember, V). Jakarta: PT Media Piar Indonesia.

Surat Kabar Online

Anonim. (6 Agustus 2007). *Tiga Stanza Indonesia Raya di Rekaman Lokananta*. Tersedia di <https://news.detik.com/berita/d-813926/tiga-stanza-indonesia-raya-di-rekaman-lokananta>, diakses 7 Januari 2020.

Anonim. (29 Oktober 2012). *Penggalangan Dana Studio Rekaman Lokananta*. Tersedia di <https://www.viva.co.id/vbuzz/363108-penggalangan-dana-studio-rekaman-lokananta> diakses 22 September 2019.

Anonim. (8 Februari 2019). *Berapa Pengguna Media Sosial Indonesia ?*. Tersedia di <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/berapa-pengguna-media-sosial-indonesia> diakses 11 Mei 2019.

Alhambra, Vivi. (2 Juni 2016). *Tren Pemasaran Di Instagram Pada Tahun 2016*. Tersedia di <https://dailysocial.id/post/tren-pemasaran-di-instagram-pada-tahun-2016/> diakses 31 Maret 2019.

Alif. (10 November 2014). *Media Sosial, Peluang Sekaligus Tantangan*. Tersedia di <https://inet.detik.com/cyberlife/d-2744465/media-sosial-peluang-sekaligus-tantangan> diakses 25 Oktober 2019.

Apriadi, Rahardan. (30 September 2016). *Mengapa Konten Instagram Masih Memikat Bagi Populasi Media Sosial*. Tersedia di <https://dailysocial.id/post/mengapa-konten-instagram-masih-memikat-bagi-populasi-media-sosial> diakses 25 Juni 2019.

Ayu, Anugrah Sendari. (1 Maret 2019). *Instagram Adalah Platform Berbagi Foto dan Video Ini Deretan Fitur Canggihnya*. Tersedia di <https://www.liputan6.com/teknoread/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya> diakses 1 April 2019.

Garber, Megan. (2 Juli 2014). *Instagram Uses to be Called Brbn*. Tersedia di <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2014/07/instagram-used-to-be-called-brbn/373815/> diakses 21 September 2019.

Hariyanti, Dini. 7 Desember 2018. *Bidik Milenial Klen and Kind Andalkan Pemasaran dan Transaksi Digital*. Tersedia di <https://www.google.co.id/amp/s/amp.katadata.co.id/berita/2018/12/07/bidik-milenial-klen-and-kind-andalkan-pemasaran-dan-transaksi-digital> diakses 27 Januari 2019.

Hendra, Dimaz. (4 Desember 2017). *Instagram Capai 25 Juta Pengguna Untuk Akun Bisnis*. Tersedia di <https://swa.co.id/swa/trends/instagram-capai-25-juta-penggunaan-untuk-akun-bisnis> diakses 20 September 2019.

Kartini, Fatimah. (21 Juni 2018). *Juni 2018 Pengguna Aktif Instagram, Tembus 1 Miliar*. Tersedia di <https://tekno.kompas.com/read/2018/06/21/10280037/juni-2018-pengguna-aktif-instagram-tembus-1-miliar> pada tanggal 2 April 2019.

Laksmiana, Agung. 11 Januari 2018. *Strategi PR di Tengah Gelombang Digital*. Tersedia di <https://m.wartaekonomi.co.id/berita167105/strategi-pr-di-tengah-gelombang-digital.html> diakses 25 juni 2019.

Mutia, Cindy. (6 Maret 2019). *Bukan Media Sosial Biasa Instagram Kini Jadi Platform Bisnis*. Tersedia di <https://katadata.co.id/berita/2019/03/06/bukan-media-sosial-biasa-instagram-kini-jadi-platform-bisnis> diakses 31 Maret 2019.

Mustafa, Ardita. (16 April 2016). *Lokananta Sedang Berbenah untuk Segera Bangkit*. Tersedia di <https://m.cnnindonesia.com/hiburan/20160415201225-227-124294/lokananta-sedang-berbenah-untuk-segera-bangkit> diakses 25 Oktober 2019.

Ningtyas, Ika. (23 September 2017). *Jejak Lokananta Dalam Sejarah Musik Indonesia*. Tersedia di <https://beritagar.id/artikel/laporan-khas/jejak-lokananta-dalam-sejarah-musik-indonesia> diakses 11 September 2019)

Nugroho. (4 November 2017). *Tren Digital PR Indonesia*. Diakses melalui annualreport.id/highlight/tren-digital-pr-indonesia pada tanggal 2 Mei 2019.

Oktarini, Dinar Surya. (24 Mei 2019). *Instagram Kini Dukung Format Video Landscape di IGTV*. Tersedia di <https://www.suara.com/tekno/2019/05/24/152359/instagram-kini-dukung-format-video-landscape-di-igtv> diakses 20 September 2019.

Pratama, Arie. (19 Juli 2019). *Jumlah Pengguna Facebook Tembus 238 Miliar di Berapa ?*. Tersedia di <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190719144302-40-86209/jumlah-pengguna-facebook-tembus-238-m-di-ri-berapa> diakses 14 Oktober 2019.

Pertiwi, Wahyunanda. (4 Februari 2019). *Separuh Penduduk Indonesia Sudah “ Melek ” Media Sosial*. Tersedia di <https://tekno.kompas.com/read/2019/02/04/19140037/separuh-penduduk-indonesia-sudah-melek-media-sosial> diakses 27 Mei 2019.

Rosmayanti. (5 Juli 2019). *Tantangan dan Masa Depan Indonesia Dalam Era Industri 4.0*. Tersedia di <https://www.wartaekonomi.co.id/read235191/tantangan-dan-masa-depan-indonesia-dalam-era-industri-40> diakses 18 Februari 2019.

Sendari, Ayu Anugerah. (1 Maret 2019). *Instagram Adalah Platform Berbagi Foto dan video Ini deretan Fitur Canggihnya*. Tersedia di <https://www.liputan6.com/tekn/read/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya> diakses 16 September 2019.

Wasita, Aris. (29 November 2018). PNRI Sulap Lokananta Jadi Rumah Musik Indonesia. Tersedia di <https://jateng.antaranews.com/berita/205717/pnri-sulap-lokananta-jadi-rumah-musik-indonesia>, diakses 7 Januari 2020.

We Are Social. 2019. *We Are Social Indonesia Digital Report 2019*. Tersedia di <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019> diakses 24 Juni 2019.

Widowati, Hari. (24 September 2018). *Pedagang Indonesia Paling Banyak Manfaatkan Instagram dan Facebook*. Tersedia di <https://katadata.co.id/berita/2018/09/24/pedagang-indonesia-paling-banyak-manfaatkan-instagram-dan-facebook> diakses 31 Maret 2019.

Yakti, Ariyani. (5 Desember 2017). *Jumlah Akun Komunitas Bisnis Instagram Di RI Tembus 25 Juta*. Tersedia di <https://bisnis.tempo.co/read/1039691/jumlah-akun-komunitas-bisnis-instagram-di-ri-tembus-25-juta/full&view=ok> diakses 31 Maret 2018.

Website Profesional

Cahyono, Eddy. (3 Juli 2017). *Manajemen Strategik Komunikasi Publik di Era Digital*. Tersedia di <https://setkab.go.id/manajemen-strategik-komunikasi-publik-di-era-digital/> diakses 15 September 2019.

Cahyono, Eddy. (10 Desember 2017). *Tantangan Masyarakat Pemerintah Dalam Pranata Digital*. Tersedia di <https://setkab.go.id/tantangan-hubungan-masyarakat-pemerintah-dalam-pranata-digital/> diakses 15 September 2019.

Eureka Adxasia. (8 Februari 2019). *Instagram Untuk Mengoptimasi Strategi Marketing*. Tersedia di <https://eureka.adxasia.co.id/index.php/2019/02/08/instagram-insights-untuk-mengoptimasi-strategi-marketing/> diakses 25 September 2019.

PRSA. (n.d.) Tersedia <https://www.prsa.org/about/all-about-pr> diakses pada 29 Oktober 2019.

Public Relations Sydney. (n.d.). *How Your Business Can Use Instagram For PR*. Tersedia di <https://publicrelationssydney.com.au/how-your-business-can-use-instagram-for-pr/> diakses pada 25 Oktober 2019.

Pupuk Kaltim. (22 Maret 2018). *Karyawan Dihimbau Pahami Identitas Dengan Baik dan Benar*. Tersedia di <https://www.pupukkaltim.com/en/news&fpg=karyawan-dihimbau-pahami-identitas-perusahaan-dengan-baik-dan-benar.det> diakses 23 September 2019.

Visual Teaching Alliance. (n.d.) *Why Visual Teaching*. Tersedia di <https://visualteachingalliance.com/> diakses 6 November 2018.

Website

Airin. Tersedia di <https://www.twitter.com/airinairinairin/> diakses 18 Oktober 2019.

Endah Widiastuti. Tersedia di <https://www.instagram.com/p/Suxnbv11Uy/>, diakses 26 Oktober 2019.



Fany Sucionisty. Tersedia <https://www.instagram.com/fanysucionisty/> diakses 29 Oktober 2019.

Instagram. Tersedia di <https://www.instagram.com/> diakses 14 Mei 219.

Lokananta Musik. Tersedia di <https://lokanantamusik.id/about/> diakses 8 Juli 2019.

Lokananta Musik. Tersedia di <https://www.youtube.com/channel/> diakses pada 12 Agustus 2019.

Lokananta Musik. Tersedia di https://www.instagram.com/lokananta_musik/ diakses 8 Juli 2019.

Lokananta Record. Tersedia di <https://www.facebook.com/lokananta.Record/> diakses 8 Juli 2019.

Lokananta Musik. Tersedia di https://twitter.com/lokananta_musik diakses 9 Juli 2019.

Perum PNRI. Tersedia di <http://pnri.co.id/id/index.php/profil/history-background> diakses 22 September 2019.

Perum PNRI. Tersedia di <http://pnri.co.id/id/index.php/profil/meaning-and-purpose-of-pnri-logo> diakses 22 September 2019.

Perum PNRI. Tersedia di <http://pnri.co.id/id/index.php/profil/kantor-cabang> diakses 22 September 2019.

Sahabat Lokananta. Tersedia di <https://twitter.com/shbtlokananta> diakses pada 7 Januari 2020.

Save Lokananta. Tersedia di <https://www.kaskus.co.id/thread/51d047111bcb17c95f000003/yang-nyaris-terlupakan--savelokananta/> diakses 7 Januari 2020.

Toko Lokananta. Tersedia di https://www.instagram.com/lokananta_musik/ diakses pada 3 September 2019.

Youtube

Official NET News. (2 Agustus 2016). Lokananta Simpan Lagu Tempo Dulu di Solo. Tersedia di <https://www.youtube.com/watch?v=mZmNvth3lZk> diakses 29 Oktober 2019.

Dokumen

Lokananta. (2019). Struktur Organisasi Terbaru. Surakarta.

Wawancara

Wawancara dengan Anggit Wicaksono. (11 September 2019). Sub Bagian Media Sosial dan Toko Lokananta. Surakarta.

Wawancara dengan Sriyono Ali Maskuri. (8 Agustus 2019). Sub Bagian Humas. Surakarta.

Wawancara dengan Titik Sugiyanti. (11 September 2019). Asmen Keuangan. Surakarta.

Wawancara dengan Agustinus Cyto Kurniawan. (7 Agustus 2019). Pengunjung Lokananta Mengetahui Instagram @lokananta_musik tetapi Tidak Mengikutinya.

Wawancara dengan Yosepha Petracia Vinky. (7 Agustus 2019). Pengunjung Event di Lokananta.

Wawancara dengan Wildan Azzam. (7 Agustus 2019). Pengikut Instagram @lokananta_musik. Karanganyar.



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

PRAKTIK CYBER PR LOKANANTA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Kasus Akun Instagram

@lokananta_musik dalam Pembentukan Identitas Lokananta)

Rahmatina Nisa Hasyati, Lidwina Mutia Sadasri., S.I.P., M.A.

Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Publikasi Pemerintah

Kementerian Perdagangan RI. (2014). Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kemendag RI. Jakarta: Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. Tersedia di <https://www.kemendag.go.id/id/publikasi-perdagangan/buku-media-sosial> diakses 8 Oktober 2019.