

DAFTAR PUSTAKA

- Amegbe, H., Owino, J. O., & Kerubo, O. L. 2017. Behavioural Responses to Corporate Image Building Through Social Media Advertising: A Study Among Nairobi Students. *Journal of Creative Communications*, 12(3), 223–238. doi:10.1177/0973258617725607
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. 2007. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Butterick, K. 2013. *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik* (2nd ed.). (N. Hasfi, Trans.) Jakarta: Rajawali Press.
- Effendy, H. 2014. *Mengawal Industri Film Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia.
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations*. Translated by Daniel Yadin. Jakarta: Erlangga.
- Jefkins, F., & Yadin, D. 2004. *Public Relations* (5th ed.). (N. Mahanani, Ed., & M. Haris, Trans.) Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mak, A. K., & Hutton, J. G. 2014. Using Feature Films to Teach Public Relations: An Assessment Model from Nonmajor Students' Perspective. *Journalism & Mass Communication Educator*, 69(4), 386-403. doi:10.1177/1077695814551832
- McQuail, Denis. 1997. *Audience Analysis*. United States of America: SAGE Publications, Inc.,.
- McQuail. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Translated by Putri Iva Izzati. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. 1988. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moore, F. (2005). *Humas Membangun Citra dengan Komunikasi*. (O. U. Effendy, Ed., L. Trimo, & D. D. Malik, Trans.) Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mostafa, R. B., Lages, C. R., Shabbir, H. A., & Thwaites, D. 2015. Corporate Image: A Service Recovery Perspective. *Journal of Service Research*, 18(4), 468-483. doi:10.1177/1094670515584146
- Rahmat, P. S. (2009). Penelitian Kualitatif. *Equilibrium*, Vol. 5, No. 9, 1-8.
- Ratmono, B. M. 2014. *POLRI: Diantara Kultur, Konstruksi, dan Hegemoni*. Yogyakarta: Tandabaca Press.
- Ross, Karen, and Virginia Nightingale. 2008. *Media and Audiences New Perspectives*. Berkshire: Open University Press.
- Salim, Agus. 2006. *Teori & Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Penerbit Tiara Wacana.
- Salim, Agus. 2001. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: PT Tiara Wacana.
- Shaw, Adrienne. 2017. "Encoding and Decoding Affordances: Stuart Hall and Interactive Media Technologies." *Media Culture & Society* Vol. 39(4) 592–602.

Shockley-Zalabak, P. 2015. *Fundamentals of Organizational Communication (9th ed.)*. USA: Pearson.

Soemirat, Soleh, and Elvinaro Ardianto. 2012. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Strauss, Anselm, and Juliet Corbin. 2007. *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif*. Translated by Muhammad Shodiq and Imam Muttaqien. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Susanti, Santi. 2015. "Komunikasi Antarpribadi sebagai Pembentuk Citra." *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan* 3, No. 1: 121-136.

Wasesa, Silih Agung. 2005. *Strategi Public Relations*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Wasesa, S. A. 2006. *Strategi Public Relations*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 2 tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia.

Peraturan Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2012 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Satuan Organisasi pada tingkat Markas Besar Kepolisian Negara Republik Indonesia.

Divisi Humas Polri. Tersarip dalam <https://humas.Polri.go.id/>. Diakses pada 29 Januari 2020 pukul 14.17 WIB.

Kepolisian Negara Republik Indonesia. Tersarip dalam <https://Polri.go.id/>. Diakses pada 29 Januari 2020 pukul 12.07 WIB.