

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, D. U. (2019, Februari 19). Jalin Sinergitas, Humas Setdaprov Jateng Kunjungi Redaksi MuriaNewsCom. *Muria News*. Diakses dari <https://www.murianews.com/2019/02/19/157657/jalin-sinergitas-humas-pemprov-jateng-kunjungi-kantor-redaksi-murianewscom.html>
- AndiPate, A. A. (2015). *Paradigma Baru Public Relations: Teori, Strategi, dan Riset*. Jakarta: Pustaka Indonesia.
- Anshari, F., & Prastya, N. M. (2014). *Media Sosial Sebagai Sarana Branding Politisi (Studi Terhadap Akun Media Sosial Presiden Susilo Bambang Yudhoyono)*. Diakses dari http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file_artikel_abstrak/Isi_Artikel_565820482981.pdf
- Ardianto, E. (2011). *Handbook of Public Relations: Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arief, L. (2018). HYBRID PR: Integrating Traditional and Social Media. Dalam A. Wikan, & L. Intana (Eds.), *Om Telolet: 50 Kisah PR Inspiratif* (Pp. 20-22). Jakarta: PT Media Piar Indonesia.
- Arikunto, S. (2001). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2016). *Infografis Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2016*. Diakses dari <https://apjii.or.id/downfile/file/surveipenetrasiinternet2016.pdf>
- Austin, E. W., & Pinkleton, B. E. (2006). *Strategic Public Relations Management: Planning and Managing Effective Communication Programs*. (2nd ed.). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Australian Council of Professions. *What is a Profession?*. Diakses dari <https://www.professions.org.au/what-is-a-professional/>
- Breakenridge, D. K. (2012). *Social Media and Public Relations: Eight New Practices for the PR Professional*. Upper Saddle River: FT Press.
- Brooks, A. K., & Anumudu, C. (2016). Identity Development in Personal Branding Instruction: Social Narratives and Online Brand Management in a Global Economy. *Adult Learning*, 27(1), 23-29.
- Broom, G. M., & Sha, B. (2013). *Cutlip and Center's Effective Public Relations*. (11th ed.). Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall.

in communications. London & Philadelphia: Kogan Page Limited.

Budihardjo, M. (2014). *Panduan Praktis Menyusun SOP*. Jakarta: Raih Asa Sukses (Penebar Swadaya Group).

Cruess, S. R., Johnston, S., & Cruess, R. L. (2004). "Profession": a working definition for medical educators. *Teaching and learning in Medicine*, 16(1), 74-76. Diakses dari <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/14987179/>

Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective Public Relations*. (9th ed.). (T. W. B.S, Terjemahan.). Jakarta: Prenadamedia Group.

Databoks. (2018, Februari 09). *Berapa pengguna Instagram dari Indonesia?*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia>

Derap Serayu. (2019, November 05). *Humas Harus Mampu Membangun Kepercayaan Publik*. Diakses dari <http://derapserayu.banjarnegarakab.go.id/2019/11/05/humas-harus-mampu-membangun-kepercayaan-publik/>

Dewdney, A. & Ride, P. (2006). *The New Media Handbook*. New York: Routledge.

Dozier, D. M. (1992). The Organizational Roles of Communications and Public Relations Practitioners. Dalam J. E. Grunig (Ed.), *Excellence in Public Relations and Communication Management* (Pp. 327-355). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

Effendi, H. (2015, Agustus 24). *Jateng Gayeng, Branding Baru Jawa Tengah*. *METRO Jateng*. Diakses dari <https://metrojateng.com/jateng-gayeng-branding-baru-jawa-tengah/>

Elliott, S. (2011, November 21). *Redefining Public Relations in the Age of Social Media*. Diakses dari <https://www.nytimes.com/2011/11/21/business/media/redefining-public-relations-in-the-age-of-social-media.html>

Elsbury, K. (2019, September 4). *How To Create A Successful Visual Branding Strategy For Instagram*. *Forbes*. Diakses dari <https://www.forbes.com/sites/theyec/2019/09/04/how-to-create-a-successful-visual-branding-strategy-for-instagram/?sh=1d6539bb5d6e>

Evans, D. (2012). *Social Media Marketing: An Hour A Day*. Canada: John Wiley & Sons.

Firdaus, & Zamzam, F. (2018). *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.

Gelders, D., & Ihlen, Ø. (2010). Government communication about potential policies: Public relations, propaganda or both?. *Public Relations Review*, 36(1), 59-62.

Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in The Late Modern Age*. Palo Alto: Stanford University Press.

- Diakses dari <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/panduan-ukuran-video-untuk-media-sosial-tahun-2020>
- Graham, M. W. (2014). Government communication in the digital age: Social media's effect on local government public relations. *Public Relations Inquiry*, 3(3), 361-376.
- Graham, M., & Avery, E. J. (2013). Government Public Relations and Social Media: An Analysis of the Perceptions and Trends of Social Media Use at the Local Government Level. *Public Relations Journal*, 7(4), 1-21.
- Grunig, J E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Grunig, J. E. (1992). *Excellence in Public Relations and Communication Management*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Grunig, J. E. (2009). Paradigms of global public relations in an age of digitalisation. *PRism*, 6(2), 1-19.
- Grunig, J. E., & Grunig, L.A. (1992). Models of Public Relations and Communication. Dalam J. E. Grunig (Penyunt.), *Excellence in Public Relations and Communications Management*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Hamdani, L. (2019, September 03). *Mengenal Personal Branding*. Diakses dari <https://indonesiaimaji.com/mengenal-personal-branding/>
- Hand, L.C. & Ching, B.D. (2011). You have one friend request: An exploration of power and citizen engagement in local governments' use of social media. *Administrative Theory and Praxis*, 33, 362-382.
- Hopkins, A. E. (2015). Government Public Relations: Public Diplomacy or Propaganda?. *Inquiries Journal/Student Pulse*, 7(3). Diakses dari <http://www.inquiriesjournal.com/a?id=1012>
- Humas Indonesia. (2019, Juni 24). *Menunggu Gaya Kasual Humas Jawa Tengah*. Diakses dari <https://www.humasindonesia.id/berita/menunggu-gaya-kasual-humas-jawa-tengah-159>
- Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. (2019, Juni 17). *Ganjar Tawarkan Birokrasi Kasual ke Seluruh Humas Kabupaten/Kota se-Jateng*. Diakses dari https://humas.jatengprov.go.id/detail_berita_gubernur?id=2883

<https://humas.jatengprov.go.id/images/template/hms.png>

Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. (n.d). *Struktur Organisasi*. Diakses dari <https://humas.jatengprov.go.id/profil>

Indrayani, H. (2020). PUBLIC RELATIONS SEBAGAI FUNGSI STRATEGIS MANAJEMEN. Dalam H. Indrayani, R. Nurlita, J. D. Fitriani, & A. Wikan (Eds.), *Manajemen Strategis Public Relations: Teori dan Praktik Corporate dan Government Public Relations* (Pp. 1-34). Jakarta: PT Media Piar Indonesia.

Institute of Public Relations. *Introduction to Public Relations*. Diakses dari <https://www.ipr.org.uk/>

IPRA. *A new definition of public relations*. Diakses dari <https://www.ipra.org/member-services/pr-definition/>

Isparmo. (2018, Agustus 01). *Data Statistik Pengguna Internet di Indonesia 2017 Berdasarkan Survey APJII*. Diakses dari <http://isparmo.web.id/2018/08/01/data-statistik-pengguna-internet-di-indonesia-2017-berdasarkan-survey-apjii/>

Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. *Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 8 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Urusan Pemerintahan Konkuren Bidang Komunikasi dan Informatika*. Diakses dari https://jdih.kominfo.go.id/produk_hukum/view/id/691/t/peraturan+menteri+komunikasi+dan+informatika+nomor+8+tahun+2019+tanggal+9+september+2019

JDIH Menpan. *Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah*. Diakses dari https://jdih.menpan.go.id/data_puu/PERMENPANRB%20NO%2083%20TAHUN%202012.pdf

JDIH Menpan. *Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintah*. Diakses dari https://jdih.menpan.go.id/data_puu/30%20final.pdf

Jowett, G. S., & O'Donnell, V. (1999). *Propaganda and persuasion*. (3rd ed.). London: Sage.

Kementrian Komunikasi dan Informatika. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*. Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementrian Komunikasi dan Informatika. Diakses dari http://indonesiabaik.id/public/uploads/post/2997/Memaksimalkan_Penggunaan_Media_Sosial_dalam_Lembaga_Pemerintah.pdf

- Kencana, D. (2019, Agustus 1). Per 1 Agustus 2019, ASN di Jateng Wajib Berbusana Adat. *IDN Times Jateng*. Diakses dari <https://jateng.idntimes.com/news/jateng/dhana-kencana-1/per-1-agustus-2019-asn-di-jateng-wajib-berbusana-adat/3>
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social Media? Get Serious! Understanding the Funcional Building Blocks of Social Media. *Business Horizons*, 241-251.
- Kurnia, N. (2005). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi. *MEDIATOR*, 6, (2), 291-296.
- Lee, M., Neeley, G., & Stewart, K. (2012). *The Practice of Government Public Relations*. Boca Raton: CRC Press.
- Lindemann, J. (2003). Brand Valuation. Dalam Clifton, R., Simmons, J, Ahmad, S., Allen, T., Anholt, S., Thompson, A. B., Barwise, P., Blackett, T., Bowker, D., Brymer, C., Doane, D., Faulkner, K., Feldwick, P., Hilton, S., Lindemann, J., Poulter, A., & Smith, S., *Brands and Branding*. London: Profile Books Ltd.
- Liputan6. (2016, Maret 22). Dijuluki Gubernur Twitter, Ini Tanggapan Ganjar Pranowo. *Liputan6*. Diakses dari <https://www.liputan6.com/news/read/2464664/dijuluki-gubernur-twitter-ini-tanggapan-ganjar-pranowo>
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New Media: a critical introduction*. (2nd ed.). New York: Routledge.
- Lubis, E. (2012). Peran Humas dalam Membentuk Citra Pemerintah. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 12(1), 1-73.
- Moleong, L. J. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Monicaningsih, A. (2019). Pengambilalihan (Encroachment) Humas Jawa Tengah (Studi Kasus pada Penghapusan Biro Humas Setda Provinsi Jawa Tengah). *Thesis*. Diakses dari http://eprints.undip.ac.id/76082/5/BAB_III.pdf pada 13 Juni 2020.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). *The Personal Branding Phenomenon: Realize greater influence, explosive income growth and rapid career advancement by applying the branding techniques of Michael, Martha & Oprah*. USA: Personal branding Publishing.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2009). *THE BRAND CALLED YOU: Create a Personal brand That Wins Attention and Grows Your Business*. New York: McGraw-Hill.
- Muharam, A. (2018, Januari 31). *Tips Melakukan Branding yang Efektif Melalui Instagram*. Diakses dari <https://www.logique.co.id/blog/2018/01/31/tips-melakukan-branding-yang-efektif-melalui-instagram/>



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

BRANDING KEPALA DAERAH OLEH HUMAS PEMERINTAH MELALUI MEDIA SOSIAL (Studi Kasus Strategi Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dalam Membangun Branding Gubernur Jawa Tengah Melalui Instagram)

NABILA FATIMATUZ Z, Adam Wijoyo Sukarno, S.I.P., M.A.

Munir, B. (2020, November 22). *Sulit Saingi Puan, Ganjar Harus Lakukan Ini jika Ingin Maju*

Capres. *SINDOnews*. Diakses dari
https://nasional.sindonews.com/read/241282/12/sulit-saingi-puan-ganjar-harus-lakukan-ini-jika-ingin-maju-capres-1606025465?utm_source=line_today&utm_medium=aggregator&utm_campaign=content_aggregator

Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Nastiti, L. W. (2016). Bentuk Personal Branding Melalui Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Personal Branding Saptuari Sugiharto Melalui Akun Twitter Pribadi @Saptuari). *Skripsi*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.

Nawawi., & Martini. (1992). *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: UGM Press.

Nessmann, K. (2010). *Personal Branding and the Role of Public Relations*. Dalam Terlutter, R., Diehl, S., & Okazaki, S. (Eds.), *Advances in Advertising Research (Vol. 1): Cutting Edge International Research* (Pp. 377-395). Wiesbaden: Gabler Verlag.

Nurlita, R. (2020). FUNGSI MANAJEMEN STRATEGIK BAGI HUMAS PEMERINTAH. Dalam H. Indrayani, R. Nurlita, J. D. Fitriani, & A. Wikan (Eds.), *Manajemen Strategis Public Relations: Teori dan Praktik Corporate dan Government Public Relations* (Pp. 35-90). Jakarta: PT Media Piar Indonesia.

Oliver, S. (2007). *Public Relations Strategy*. London: Kogan Page Limited.

Pambayun, E. L. (2013). *One Stop: Qualitative Research Methodology in Communication: Konsep, Panduan, dan Aplikasi*. TB. M. Djafar (Ed.). Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.

Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. (2018, November 10). *Gubernur Ganjar "The Best Communicators 2018"*. Diakses dari <https://jatengprov.go.id/publik/gubernur-ganjar-the-best-communicators-2018/>

Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. (2019). *Gerakan Kembali ke Busana Adat, Pemprov Jateng Terbitkan Aturan Baru*. Diakses dari <https://jatengprov.go.id/publik/gerakan-kembali-ke-busana-adat-pemprov-jateng-terbitkan-aturan-baru/>

Perhumas. (2020, Desember 05). *Peran Humas Sangat Menentukan dalam Krisis Karena Harus Tetap Membangun Masa Depan*. Diakses dari <https://www.perhumas.or.id/peran-humas-sangat-menentukan-dalam-krisis-karena-harus-tetap-membangun-masa-depan/>



Jurnal Komunikasi, 9(2), 199-210. Diakses dari <https://journal.uui.ac.id/jurnal-komunikasi/article/viewFile/7179/6363>

Professional Standards Councils. *What is a profession?*. Diakses dari <https://www.psc.gov.au/what-is-a-profession>

Putra, N. A., & Raharjo, E. O. (2020). Peran Tim Humas: Studi Kasus Pengelolaan Citra Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo di Era Digital. *Jurnal Pekomnas*, 5(2), 169-184. Diakses dari https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/pekommas/article/download/2050206/pdf_1

Raharjo, E. O. (2018). Peran Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dalam Mengelola Citra Gubernur (Studi Kasus Peran Humas Pemerintah Jawa Tengah dalam Mengelola Citra Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo). *Tesis*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

Rakhmat, J. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Rampersad, H. K. (2008). *Sukses Membangun Authentic Personal branding*. Jakarta: PPM.

Ries, A., & Ries, L. (2002). *The Fall of Advertising and The Rise of PR*. New York: HarperCollins.

Rifka, R. N. (2017). *Step by Step Lancar Membuat SOP*. Depok: Huta Publisher.

Rizqi, M., Romadhan, M.I., Inayati, D.K. (2020). PERAN HUMAS SEBAGAI FASILITATOR KOMUNIKASI DALAM MENANGANI KELUHAN PELANGGAN DI PT. PLN DISTRIBUSI JAWA TIMUR. *MEDIASI*, 1(2), 103-111.

Sadow, J. (2012). Media Relations. Dalam M. Lee, G. Neeley, & K. Stewart (Eds.), *The Practice of Government Public Relations* (Pp. 29-50). Boca Raton: CRC Press.

Saputra, T. (2016). Kepuasan Masyarakat terhadap Penyelenggaraan Pelayanan Publik (Studi Kasus Kantor Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar). *Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah*, 4(2), 89-100. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/124842-ID-kepuasan-masyarakat-terhadap-penyelenggara.pdf>

Scammel, M. (2007). Political Brands and Consumer Citizens: The *Rebranding* of Tony Blair. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 611, 176-192.

Sedarmayanti. (2018). *Komunikasi Pemerintahan*. Bandung: PT Refika Aditama.

Solis, B., Breakenridge, D. (2009). *Putting the Public Back in Public Relations: How Social Media Is Reinventing the Aging Business of PR*. Upper Saddle River: FT Press.

- Diakses dari <https://www.beritasatu.com/feri-awan-hidayat/ekonomi/418538/tren-branding-ditengah-maraknya-platform-digital>
- Suara Baru. (2019, Oktober 29). Karakter Kasual Gubernur Ganjar Bentuk Gaya Kehumasan Pemprov. *SuaraBaru.id*. Diakses dari <https://suarabaru.id/2019/10/29/karakter-kasual-gubernur-ganjar-bentuk-gaya-kehumasan-pemprov/>
- Sugihandari. (2020, Juni 24). Tokoh Ganjar Pranowo. *Kompas Pedia*. Diakses dari <https://kompaspedia.kompas.id/baca/profil/tokoh/ganjar-pranowo>
- Sujanto, R. Y. (2019). *Pengantar Public Relations di Era 4.0: Teori, Konsep, dan Praktik Kasus Terkini*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suryaningrum, K. A. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM OLEH HUMAS PEMERINTAH KOTA MAGELANG (Studi Kasus Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Publik Kota Magelang). *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Taylor, P. M. (2003). *Munitions of the mind: A history of propaganda from the ancient world to the present day*. (3rd ed.). Manchester, UK: Manchester University Press.
- Theaker, A. (2004). *The Public Relations Handbook (Media Practice)*. (2nd ed.). London: Routledge.
- Tribunnews. (2018, Februari 21). Ganjar Pranowo: Saya ini Gubernur milenial banget. *Tribunnews.com*. Diakses dari <https://www.tribunnews.com/nasional/2018/02/21/ganjar-pranowo-saya-ini-gubernur-milenial-banget?page=all>
- Undang-undang Republik Indonesia No. 5 Tahun 2014 tentang Aparatur Sipil Negara. Diakses dari <https://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/lt52e61de937430/node/56/uu-no-5-tahun-2014-aparatur-sipil-negara>
- Vandebosch, H. (2004). *Reader government policy and communication Cursustekst overheidsbeleid en communicatie*. Antwerp: University of Antwerp.
- White, C. M. (2012). *Social Media, Crisis Communication, and Emergency Management: Leveraging Web 2.0 Technologies*. Boca Raton: CRC Press.
- Whitney, M. (2021, Januari 31). *11 Instagram Marketing Tips for Brands in 2019*. Diakses dari <https://www.wordstream.com/blog/ws/2015/01/06/instagram-marketing>
- Widiastuti, R. N. (2017). *Komunikasi Publik yang Mendorong Percepatan Kemajuan Bangsa*. Diakses dari

- Widyasari, K. L., Nuranna, F. S., Sulasmi, A. L., dkk. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*. Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi, Kementrerian Komunikasi dan Informatika.
- Wilcox, D. L., Cameron, G. T., & Reber, B. H. (2014). *Public Relations: Strategies and Tactics*. (11th Ed.). London: Pearson.
- Yin, R. K. (2014). *Case Study Research: Design and Methods*. (5th ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.

Dokumentasi

- Peraturan Gubernur Jawa Tengah No. 70 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Tengah Pasal 176-181.