

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bungin, B. (2013). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana Prenada Media.
- Creswell, J. W. (2012). *Educational Research Planning, Conducting And Evaluating Quantitative And Qualitative Research* (fourth edition). Sage Publications.
- Kapoor, A. (2012). *Branding and Sustainable Competitive Advantage : Building Virtual Presence*. IGI Global.
- Kriyanto, R. (2014). *Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal Aplikasi Penelitian dan Praktik*. Kencana Prenada Media.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0 : Moving From Traditional To Digital*. John Wiley & Sons.
- Moleong, L. J. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2014). *Manajemen Public Relations - Dr. Morissan, S.H., M.A.* - Google Books. Prenada Media Group.
https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=qq5oDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=public+relations+atau+humas+menurut+ahli&ots=661qbtbtge&sig=Lm_aQBjiY6bb rwgcbDVfjcAPgtY&redir_esc=y#v=onepage&q=public relations atau humas menurut ahli&f=false
- Nasrullah, R. (2015). *Teori dan Riset Khalayak Media - Google Books*. Simbiosis Rekatama Media.
[https://www.google.co.id/books/edition/Teori_dan_Riset_Khalayak_Media/TQPwDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Nasrullah,+R.+\(2015\).+Media+sosial+\(perspektif+komunikasi,+budaya,+dan+sosioteknologi\).&pg=PA119&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Teori_dan_Riset_Khalayak_Media/TQPwDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Nasrullah,+R.+(2015).+Media+sosial+(perspektif+komunikasi,+budaya,+dan+sosioteknologi).&pg=PA119&printsec=frontcover)
- Ruslan, R. (2018). *Lokasi: Manajemen public relations & media komunikasi : konsepsi dan aplikasi / Rosady Ruslan* (12th ed.). Rajawali Pers.

<https://onesearch.id/Record/IOS3605.INLIS000000000011157>

Sanawiri, B., & Iqbal, M. (2018). *Kewirausahaan*. UB Press.

Scheid, T. L., & Brown, T. N. (2012). *A Handbook for the Study of Mental Health: Social Contexts, Theories, and Systems, Second Edition*.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Jurnal & Skripsi

Antoni, R. (2019). *Strategi Komunikasi Humas Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Kota Bandung*.

Ariandry, N. (2019). *Pembentukan Citra Melalui Instagram Humas Polrestabes Bandung (Studi Kualitatif Citra Humas melalui Instagram)*.

Arrissa, S. (2021). *Strategi Komunikasi Krisis Direktorat Jenderal Pajak (Studi Kasus Terhadap Strategi Komunikasi Krisis Menghadapi Kasus Korupsi Suap “Jaguar”)* Repository - UNAIR REPOSITORY. <http://repository.unair.ac.id/105892/>

GunaTita, I. B. I. (2019). *Strategi Kementerian Pariwisata Dalam Pembentukan Citra Positif di Media Sosial (Studi Kasus pada Instagram Wonderful Indonesia)*.

HootSuite. (2022). *Social Media Strategy Guide (english) - Social Media Marketing & Management Dashboard - Hootsuite*. <https://www.hootsuite.com/resources/social-media-strategy-guide>

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/J.BUSHOR.2009.09.003>

Kemenkopukm.go.id. (2022). *Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah*. <https://kemenkopukm.go.id/data-koperasi/?5PLy0U0N3ftcZ2qVwNEainyhTtMVQVWGQaA7o2mWNgnJK43bOK>

Kussanti, Devy Putri & Hardian, A. (2020). Strategi Humas DPP Organda Dalam Mengubah Opini Angkatan Umum di Masyarakat. *Public Relations Journal*, 1(2), 64–67.

Lewis, B. K. (2010). Media and Strategic Communication: Attitudes and Perceptions Among

- College Students. *Public Relations Journal*, 4(3).
- Lopez, S. J., & Snyder, C. R. (2019). *Positive psychological assessment : a handbook of models and measures*. 495.
- Maryadi, E. (2020). Strategi Komunikasi Humas Dalam Memperbaiki Citra Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Sosial Dan Humaniora*, 02(01). <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/264/188>
- Muzellec, L., Doogan Manus, & Lambkin Mary. (2016). Corporate Rebranding - An Exploratory Review. *Irish Marketing Review*, 16. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=zXJoZ9sAAAJ&alert_preview_top_rm=2&citation_for_view=zXJoZ9sAAAJ:9yKSN-GCB0IC
- Pazeraite, A., & Repoviene, R. (2018). Content Marketing Decisions for Effective Internal Communication. *Management of Organizations: Systematic Research*, 79(1), 117–130. <https://doi.org/10.1515/mosr-2018-0008>
- Reitz, A. (2012). Social Media's Function in Organizations: A Functional Analysis Approach | Sina Aghakhani - Academia.edu. *Global Media Journal - Canadian Edition*, 5(2). https://www.academia.edu/9644949/Social_Medias_Function_in_Organizations_A_Functional_Analysis_Approach
- Saraswati, D. A., Chatia, D., Program, H., Komunikasi, S., Sosial, I., Negeri, U., Alamat, Y., Colombo, J., No, Y., & Malang, K. (2020). Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co dalam Mempertahankan Brand Engagement Digital Content Marketing on the Social Media Instagram Account of Mojok.co in Maintaining Brand Engagement. *Jurnal Biokultur*, 9(2), 152–171.
- Selvina, O. :, Lengkong, L., Sondakh, M., & Londa, J. W. (2017). Strategi Public Relations Dalam Pemulihan Citra Perusahaan (Studi Kasus Rumah Makan Kawan Baru Megamas Manado). *Acta Diurna*, VI(1).
- Shaleh, A., & Furrie, W. (2020). Peran Public Relations Dalam Pemanfaatan Instagram Sebagai Alat Publikasi Untuk Meningkatkan Layanan Masyarakat di Puskesmas Kecamatan Cilincing (Studi Kasus Pada Akun Instagram @puskesmascilincing). *Jurnal Lugas*, 4(1), 9–16.

Suciono, A. (2017). *Strategi Komunikasi Manajemen Persebaya Dalam Upaya Menghilangkan Stigma Negatif “Bonek.”*

Walid. (2018). Penggunaan Instagram Sebagai Social Media Marketing Dalam Membangun Brand Awareness PLATBM1912 Di Kota Pekanbaru. *Jom Fisip*, 5(1), 1–10.

Berita

detikInet. (2021). *Pengguna Aktif Medsos RI 170 Juta, Bisa Main 3 Jam Sehari.*
<https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407834/pengguna-aktif-medsos-ri-170-juta-bisa-main-3-jam-sehari>

Investor.id. (2020, August). *Stigma Buruk dari Lembaga yang Atas Namakan Koperasi.*
<https://investor.id/business/220347/stigma-buruk-dari-lembaga-yang-atas-namakan-koperasi>

Kompas.com. (2020a, March 23). *Pengertian Koperasi Menurut Para Ahli.*
<https://www.kompas.com/skola/read/2020/03/23/160000669/pengertian-koperasi-menurut-para-ahli?page=all>

Kompas.com. (2020b, July 13). *Koperasi Dipandang Negatif, Seskemenkop UKM Angkat Bicara.* <https://money.kompas.com/read/2020/07/13/184636226/koperasi-dipandang-negatif-seskemenkop-ukm-angkat-bicara>

NapoleonCat. (2021). *Instagram users in Indonesia - January 2021 | NapoleonCat.*
<https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2021/01>

Tribun News.com. (2021, July 10). *Hari Koperasi ke-74 Jadi Momentum KemenkopUKM Tetapkan Strategi Transformasi Menuju Koperasi Modern - Tribunnews.com.*
<https://www.tribunnews.com/nasional/2021/07/10/hari-koperasi-ke-74-jadi-momentum-kemenkopukm-tetapkan-strategi-transformasi-menuju-koperasi-modern>

We are social indonesia 2020 most active social media platform - Google Search. (n.d.). Retrieved July 20, 2021, from https://www.google.com/search?q=we+are+social+indonesia+2020+most+active+social+media+platform&tbm=isch&ved=2ahUKEwjZ3ZXqyvDxAhVyFLcAHduuAh8Q2-cCegQIABAA&oq=we+are+social+indonesia+2020+most+active+social+media+platfo&gs_lcp=CgNpbWcQA1DWtwJYnr4CYIjDAmgA

Undang – Undang RI

Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 Pasal 4 Tentang Perkoperasian, (1992).

Gambar

Investor.id. (2021). *Kasus Gagal Bayar KSP Indosurya Hancurkan Citra Koperasi, Uang Anggota Harus Segera Dikembalikan*. <https://investor.id/market-and-corporate/253016/kasus-gagal-bayar-ksp-indosurya-hancurkan-citra-koperasi-uang-anggota-harus-segera-dikembalikan>

KBA.one. (2022). *KSP Ilegal Bebas Beroperasi, Kadis Koperasi dan UKM Agara: Anggaran Pengawasan Nihil*. <https://www.kba.one/news/ksp-ilegal-bebas-beroperasi-kadis-koperasi-dan-ukm-agara-anggaran-pengawasan-nihil/index.html#>

KemenkopUKM. (2022). *Instagram @kemenkopukm*.

<https://www.instagram.com/kemenkopukm/> (diakses pada 10 Januari, 2022. Pukul 02:51 WIB).

KemenkopUKM. (2022). *Instagram @kemenkopukm*.

<https://www.instagram.com/kemenkopukm/> (diakses pada 3 Januari, 2022. Pukul 15:01 WIB).

NapoleonCat. (2021). *Instagram users in Indonesia - January 2021 NapoleonCat*.

<https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2021/01> (diakses pada 25 Juli, 2021. Pukul 23:41 WIB).

Setup, N. (2021). *Enam strategi pemerintah capai targetkan 500 koperasi modern pada 2024*. <https://newssetup.kontan.co.id/news/enam-strategi-pemerintah-capai-targetkan-500-koperasi-modern-pada-2024?page=all>

(*We Are Social Indonesia 2020 Most Active Social Media Platform - Google Search*, n.d.)

https://cdn.shortpixel.ai/client/q_glossy,ret_img,w_1024,h_576/https://andi.link/wp-content/uploads/2020/06/Platforms-media-sosial-yang-paling-aktif-di-Indonesia-1024x576.jpg (diakses pada 20 Juli, 2021. Pukul 09:38 WIB).