

Daftar Pustaka

- A. J. Udoudo, & Holmes and Gardner. (2016). *Media Sosial Instagram*.
- Anwar Arifin, & Fajar. (2009). *Strategi Komunikasi* (Arifin Anwar, Ed.).
- Ardianto. (2011). *Wawancara Mendalam (Indepth Interview)* (Rianty Eva, Ed.). Universitas Komputer Indonesia.
- Ardianto (2009:71). (2009). *Bauran Public Relations* (Ardianto, Ed.).
- Arikunto. (2019). *Prosedur Penelitian Kualitatif* (Siliwangi University, Ed.). Universitas Siliwangi.
- Azzahra¹, F., & Soemardjo², H. A. (2022). “Kopi Janji Jiwa” di Instagram. In *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK) E-ISSN* (Vol. 1).
- Basrowi, & Suandi. (2018). *Paradigma Post Positivisme* (Wulandary Anggraeni Chitra, Ed.). Universitas Komputer Indonesia.
- Charmaz (2006), & Huq Khandkar, S. (n.d.). *Open Coding*.
- Creswell. (2005). *Fungsi Hubungan Masyarakat* (Universitas Multimedia Nusantara, Ed.). Kompas Gramedia Group.
- Data Report Indonesia. (2021). *Data Report Indonesia*. Data Report Indonesia.
- Data Reportal Indonesia. (2022). *Social Indonesia Report*.
- Djanaid. (2000). *Klasifikasi Public Relations* (Djanaid, Ed.).
- Gassing dan Suryanto (2016 :127-128). (2021). *Definisi Ilmu Komunikasi* (Morissan, Ed.; 1st ed., Vol. 1). Prenada Media.
- Keller (2013). (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BRAND EQUITY: BRAND TRUST, BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY, & BRAND LOYALTY* (G. B. Brangsinga Yopi & T. G. Sukawati Raka, Eds.; Vol. 2). Jurnal Ilmu Manajemen Terapan Universitas Udayana(Unud).
- Koesoemowidjojo. (2021). *PENGERTIAN DAN DEFINISI KOMUNIKASI* (Didik. Hariyanto, Ferry. Adi Darma, & Djarot. Meidi Utomo, Eds.; 1st ed., Vol. 1). UMSIDA Press.
- Menurut Ruslan (1999:17). (2011). *Fungsi Hubungan Masyarakat* (E. S. Sitepu & Faulina, Eds.; 1st ed., Vol. 1). USU Press Art Design, Publishing & Printing.
- Middleton Cangara. (2013). *Strategi Komunikasi* (ANISRULLAH, Ed.). FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY.
- Mulyana, & Kriyantono. (2013). *Smart Campus IAIN Syekh Nurjati Cirebon* (S. Nurjati, Ed.). Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
- Newsom & Haynes. (2008). *Profesional Public Relations* (E. S. Sitepu & Faulina, Eds.; 1st ed.). USU Press Art Design, Publishing & Printing.
- Scott M.Cutlip, Center.H Allen, & Broom. M Glen. (2007). *Effective Public Relations* (9th ed.). Kencana Prenada Group.
- Seitel (2017). (2020). *Peran Public Relations Dalam Membangun Pencitraan Positif Organisasi Communicare* (W. Supada, Ed.; 1st ed., Vol. 1). Program Studi Ilmu Komunikasi Jurusan Dharma Duta Stah Negeri Mpu Kuturan Singaraja.

- Soemirat dan Ardianto. (2010). *Fungsi Hubungan Masyarakat*.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2010). *Tahapan-Tahapan Strategi Public Relations* (S. Soemirat & E. Ardianto, Eds.). PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2018). *Tahapan-Tahapan Metode Penelitian Kualitatif* (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Ed.).
- Tamara, J., & Setyanto, Y. (n.d.). *Strategi Public Relations dalam Membangun Brand Image Jamu (Studi pada Suwe Ora Jamu Kedai Jamu & Kopi)*.
- Udoudo & Holmes, & Gardner. (2016). *Transformasi Media Internet*.
- Yulistiani, M. (2022). Strategi Public Relations Savana Adventure and Tour Dalam Meningkatkan Brand Awareness melalui Media Sosial Instagram”. . *Hubungan Masyarakat*.
- Zomato. (2022, October 30). *O’Good Coffee & Eatery* . 2020.