

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, L. E. (2023). Implementasi Community Relations Sebagai Strategi CSR PT Petrokimia Gresik. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, .
- Armayanti, N. &. (2021). *Simulasi Perkantoran: Berbasis Project Based Learning*. <https://books.google.com/books?id=2-VxEQAAQBAJ>. Medan : Merdeka Kreasi Group.
- Bonafix, D. N. (2011). VIDEOGRAFI: KAMERA DAN TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR. *Jurnal Universitas Bina Nusantara* <https://journal.binus.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/4015/3172>, 845-854.
- D. Amanatidis, I. M. (2019). peran Instagram sebagai media komunikasi visual yang kuat.
- Daenie, Y. S. (2021). MEWUJUDKAN KEBIJAKAN PEMBANGUNAN KETAHANAN PANGAN. *Universitas 17 Agustus 1945* , 95-105.
- F. Nabilah, H. T. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Motivasi Investasi terhadap Minat Berinvestasi Pasar Modal Syariah pada Komunitas Investor Saham Pemula. *Taraadin: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 6 No. 1, <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/taraadin/article/download/7487/4555>.
- Fahrezi, R. A. (2023). Prinsip Media Relations PT. Paragon Technology And Innovation Dalam Membangun Citra Perusahaan . *Program studi S1 Digital Public Relations*, <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/21019>.
- Fahrizal Sukma, M. S. (2015). Efektivitas Iklan dalam Menumbuhkan Brand Awareness SMA Sampoerna. *Manajemen IKM: Jurnal Manajemen dan Organisasi Industri Kecil dan Menengah*, Institut Pertanian Bogor (IPB), <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi/article/view/10510>.
- Fatimah. (2020). *Semiotika dalam kajian iklan layanan masyarakat*. Sulawesi Selatan : Tallasa Media.
- Gudangkamera.net. (2025). Pengertian White balance, fungsi dan cara pengatur. *Pengertian White balance, fungsi dan cara pengaturannya pada kamera DSLR*.
- Haniifah, F. H. (2024 ). Peran Cameraman dalam Produksi Iklan Layanan Masyarakat “Child Grooming” DP3AP2KB Kota Surakarta, Jawa Tengah.

- Program Studi D-3 Komunikasi Terapan, Sekolah Vokasi, Universitas Sebelas Maret (UNS)* <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/117045/>.
- Husna, J. S. (2021). The Effectiveness of E-Recruitment Method Through Social Media (Case Study at PT Es Teh Indonesia Makmur – West Java).
- Ihzanul, D. N. (2024). Penerapan Video Iklan Layanan Masyarakat untuk Membangun Citra dan Meningkatkan Potensi Desa Tambak Lekok Kecamatan Lekok Kabupaten Pasuruan. *Paramacitra: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Pengabdian Masyarakat* ], <https://journal.ininnawaparaedu.com/paramacitra/article/view/137>.
- Indonesia, K. P. (2011). Peraturan Menteri PANRB Nomor 30 Tahun 2011 . *tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintah*. Jakarta: KemenPAN-RB. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/142918/permepan-rb-no-30-tahun-2011>.
- Indonesia, M. (2024). Meningkatkan Ketahanan Pangan dan Berkelanjutan di Kota Semarang. *Meningkatkan Ketahanan Pangan dan Berkelanjutan di Kota Semarang*.
- J. Lee, G. Y.-W. (2022). Efektivitas media sosial (terutama Instagram) dalam mendorong partisipasi publik terhadap isu kebijakan dan sosial. *Asian Communication Research*.
- Khan, G. F. (2017). *Social Media for Government: A Practical Guide to Understanding, Implementing, and Managing Social Media Tools in the Public Sphere*. Springer Nature / Createspace Independent Publishing Platform.
- Krisnawati, R. A. (2023). Produksi Iklan Layanan Masyarakat dalam Menciptakan Citra Positif Panti Pelayanan Sosial Anak (PPSA) Worowiloso, Salatiga. *Jurnal Abdimas Peradaban*, .
- Kriyantono, R. (2018). *Meneropong Praktik Public Relations di Indonesia: Studi Kasus dan Analisis Isu*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group.
- Kriyantono, R. (2021). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktik Penelitian Public Relations, Komunikasi Pemasaran dan Media*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Lina Mistoifa, J. K. (2023). Journal of Management and Creative Business, Vol. 2 No. 3, . *Universitas 45 Surabaya*, <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/jmcbus/article/view/834>.
- Lumbangaol, M. H. (2020). Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan dan Penyewaan Properti Berbasis Web di Kota Batam. *Universitas Putera Batam*, <http://repository.upbatam.ac.id/64/1/cover%20s.d%20bab%20III.pdf>.
- Nilasari, B. W. (2012). *Humas Pemerintah* . Yogyakarta: Graha Ilmu .

- Nofaris, T. G. (2024). Perancangan Video Iklan Layanan Masyarakat Bahaya Minyak Jelantah Terhadap Lingkungan sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat. *Universitas Dinamika*, <https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/6662>.
- Notoatmodjo, S. (2014). *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nurnisya, A. N. (2016). Pemanfaatan Digital Public Relations (PR) dalam Sosialisasi Tagline “Jogja Istimewa” Humas Pemerintah Kota Yogyakarta. *Aristo: Jurnal Sosial Politik dan Humaniora*, Vol. 4 No. 2 <https://journal.umpo.ac.id/index.php/aristo/article/view/183>.
- Pemerintah, I. (2012). Undang undang Republik Indonesia nomer 18 tahun 2012. *Tentang Pangan*.
- Permatasari, N. S. (2024). Peran Sutradara dalam Iklan Layanan Masyarakat Literasi Digital Menuju Pilkada Karanganyar . *Program Studi D-3 Komunikasi Terapan, Sekolah Vokasi, Universitas Sebelas Maret (UNS)*, <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/117666/>.
- Philip Kotler, K. L. (2016). *Marketing Management* . Harlow: Pearson Education.
- Prasetyo, D. (2020). Peran Humas Dalam Pembuatan Press Release Di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bogor. 18. <https://lib-fisib.unpak.ac.id/index.php?p-fstream-pdf&fid=402&bid=11608>.
- Pratiwi, S. &. (2023). Strategi Branding Iklan Layanan Masyarakat dalam Kampanye Pencegahan Perundungan pada Remaja. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU*, <https://jurnalmahasiswa.umsu.ac.id/index.php/jimsipol/index>.
- Rachmat Kriyantono, P. (2021). *BEST PRACTICE HUMAS*. Jakarta: Kencana.
- S.P.H. Sandi, A. P. (2023). Strategi Marketing Public Relations Kopi Kenangan dalam Membangun Brand Awareness. *urnal Administrasi dan Bisnis*, Vol. 10 No. 2, <https://journal.unimar-amni.ac.id/index.php/profit/article/view/992>.
- Sanaji, V. M. (2021). Pengaruh Viral Marketing dan Brand Awareness terhadap Niat Beli Merek Kopi Kenangan di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 9 No. 1, <https://doi.org/10.26740/JIM.V9N1.P91-101>.
- Sashikirana, A. K. (2025). Implementasi Metode AIDA dalam Penulisan Naskah Iklan Edukasi Penggunaan Air Bersih di Perumda Tirta Pakuan. *EduSociety: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, <https://jurnal.permapendis-sumut.org/index.php/edusociety/article/view/961>.
- Setianto, I. P. (2024). Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Tentang Narkoba Musuh Generasi Muda. . *Jurnal Dimensi DKV seni rupa dan desain*, <https://e-journal.trisakti.ac.id/index.php/seni/article/view/19730>.

- Shahbazi, R. &. (2024). Exploring the Antecedents of Mobile Social Media Subscribers' Unfollowing Intention During Natural Disasters. *Journal of Risk Research*.
- Silviani, 1. (2020). *PUBLIC RELATIONS SEBAGAI SOLUSI KOMUNIKASI* [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id\\_OyrbDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=public+relation+adalah&ots=H6DsbuDn3C&sig=NtLAE1HjEvSExd22fxETEjmnrQ&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id_OyrbDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=public+relation+adalah&ots=H6DsbuDn3C&sig=NtLAE1HjEvSExd22fxETEjmnrQ&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false).
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Evaluasi Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif: Sebuah Studi Pustaka. *Journal of Education Research (JER)*, <https://jer.or.id/index.php/jer/article/view/1747>.
- Sya'fa, H. (2023). PENGARUH PESAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "MENGENALI, MENCEGAH, DAN MENANGANI KEKERASAN BERBASIS GENDER ONLINE (KBGO)" DI INSTAGRAM TERHADAP SIKAP FOLLOWERS @Cerdasberkarakter Kemdikbudri. Retrieved from <https://repository.upnvj.ac.id/23685/>.