

## DAFTAR PUSTAKA

- Adona, F. (2006). Citra dan kekerasan dalam iklan perusahaan di televisi. Padang: Andalas University Press.
- Aichner, T. and Jacob, F., 2015. Measuring the degree of corporate social media use. *International Journal of Market Research*, 57(2), pp. 257-275.
- Anatsui, T. & Ojunita, L. 2015. *Public Relations Proactive Approach: Effective Institutional Conflict Management*.
- Ardianto, E. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro & Soemirat, Soleh. 2010. Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Arsyakayla, D. (2017). [Apa yang dimaksud dengan strategi didalam sebuah perusahaan?](https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-strategi-didalam-sebuah-perusahaan/) Dikutip pada 12 September 2020, dari <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-strategi-didalam-sebuah-perusahaan/14198>.
- Ashari, A. (2020). Perbedaan Visi dan Misi Beserta Contohnya, Jangan Sampai Tertukar. Dikutip pada 12 September 2020, dari <https://bobo.grid.id/read/082196687/perbedaan-visi-dan-misi-beserta-contohnya-jangan-sampai-tertukar?page=all>.
- Atmadjaja, A. (2020). Profil Divisi Humas Polri. Dikutip pada 13 September 2020, dari <https://adoc.pub/bab-iii-profil-divisi-humas-mabes-polri.html>.
- Barnett, J. 2006. *PR Strategy*.
- Breakenridge, D. (2012). *Social Media and Public Relations*. United States: Pearson Education.
- Broom, Cutlip, & Center. (2009). *Effective Public Relations*.
- Broom, Cutlip, & Center. (2013). *Effective Public Relations*.
- Daerah (BAPPEDA) Kabupaten Morowali. Dikutip pada 12 September 2020, dari <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:8CSZ1LZI2OgJ:https://media.neliti.com/media/publications/144490-ID-pengaruh-analisis-jabatan-struktur-organ.pdf+&cd=1&hl=id&ct=clnk&gl=id&client=firefox-b-d>.
- Didand. (2019). Strategi Public Relations di Media Sosial yang Harus Diketahui. Dikutip pada 18 September 2020, dari <https://didand.co.id/strategi-public-relation-di-media-sosial-yang-harus-diketahui/>.

- Divisi Humas Polri. (2020). Logo. Dikutip pada 11 September 2020, dari <https://humas.polri.go.id/profil/logo/>.
- Divisi Humas Polri. (2020). Struktur Organisasi. Dikutip pada 11 September 2020, dari <https://humas.polri.go.id/profil/struktur-organisasi/>.
- Divisi Humas Polri. (2020). Visi & Misi. Dikutip pada 11 September 2020, dari <https://humas.polri.go.id/profil/visi-misi/>.
- Divisi Humas Polri. (2020). Tugas & Fungsi Polri. Dikutip pada 11 September 2020, dari <https://humas.polri.go.id/profil/tugas-fungsi/#polri>.
- Divisi Humas Polri. (2020). Tugas & Fungsi PID Polri. Dikutip pada 11 September 2020, dari <https://humas.polri.go.id/profil/tugas-fungsi/#pid-polri>.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. Komunikasi teori dan praktek. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Gregory, A. 2015. Planning and Managing Public Relations Campaigns. United States: Kogan Page.
- Grunig, J. E. 2009. Paradigms of global public relations in an age of digitalisation. Dikutip pada 18 September 2020, dari [http://hraxis.massey.ac.nz/prism\\_on-linejourn.html](http://hraxis.massey.ac.nz/prism_on-linejourn.html).
- Halim, D. (2020). Polri Sebut Angka Kriminalitas Naik 38,45 Persen dalam Sepekan. Dikutip pada 17 September 2020, dari <https://nasional.kompas.com/read/2020/06/16/18151321/polri-sebut-angka-kriminalitas-naik-3845-persen-dalam-sepekan>.
- Hamid, F & Budianto, H. (2011). Ilmu Komunikasi. Jakarta: Kencana.
- Ifigeneia, M & Dimitrios, A. (2018). Globalization, Social Media and Public Relations: A Necessary Relationship for the Future?. Dikutip pada 2 Oktober 2020.
- Kasali, R. (2003). Manajemen *Public Relations*. Jakarta: Grafiti.
- Kasali, R. (2003). Manajemen Public Relation & Aplikasi Di Indonesia. Jakarta: Griffin.
- Med Com. (2020). Tingkat Kepercayaan Publik Terhadap Polri Dinilai Cukup Tinggi. Dikutip pada 17 September 2020, dari <https://www.medcom.id/nasional/hukum/MkMGLGwN-tingkat-kepercayaan-publik-terhadap-polri-dinilai-cukup-tinggi>.
- Nakra, P. 2000. "Corporate reputation management: "CRM" with a strategic twist", Public Relations Quarterly, Vol. 45 No. 2, pp. 35-42.
- Nurhayati, T & Darwansyah, A. (2013). Peran Struktur Organisasi dan Sistem Remunerasi dalam Meningkatkan Kinerja. Dikutip pada 13 September 2020, dari <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:TyN3TZIzy5QJ:jurnal.unissula.ac.id/index.php/ekobis/article/download/572/474+&cd=2&hl=id&ct=clnk&gl=id&client=firefox-b-d>.

- Obar, J. A. and Wildman, S., 2015. Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. *Telecommunications Policy*, 39(9), pp. 745-750.
- O Guinn, Allen, & Semenik. 2018. *Public Relations, Influencer, Marketing, Social Media, and Corporate Advertising*.
- Parveen, F. et al, 2015. Social media usage and organizational performance: Reflections of Malaysian social media managers. *Telematics and Informatics*, 32(1), pp. 67-78.
- Peraturan Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2010 tentang Tata Cara Pelayanan Informasi Publik di Lingkungan Kepolisian Negara Republik Indonesia
- Purnamasari, N. (2012). Pengembangan Peranan Humas dalam Mendukung Visi dan Misi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Menuju World Class University. Dikutip pada 18 September 2020, dari <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:rGX9tJxe9ngJ:repository.fisip-untirta.ac.id/1268/1/COVER.pdf+&cd=1&hl=id&ct=clnk&gl=id&client=firefox-b-d>.
- Puspitasari, N. (2019). Penegakan hukum terhadap tindak pidana menyebarkan berita bohong (HOAX) yang menimbulkan kebencian berdasarkan suku, agama, ras dan antar golongan (SARA) (STUDI KASUS DITRESKRIMSUS POLDA JATENG). Di kutip pada 2 oktober 2020.
- Putri, K. (2019). *Cyber Public Relations dalam Meningkatkan Kepolisian Daerah Jawa Timur*. Dikutip pada 2 Oktober 2020.
- Republika. (2019). Tingkat Kepuasan Masyarakat pada Polri Menurun 2019. Dikutip pada 17 September 2020, dari <https://nasional.republika.co.id/berita/q37hf7349/tingkat-kepuasan-masyarakat-pada-polri-menurun-2019>.
- Robbins, Stephen P. 2007. *Perilaku organisasi*. Jakarta: PT Indeks.
- Rondonuwu, S. (2020). *Public Relations Terhadap Meningkatkan Citra Perusahaan PT. Trakindo Manado*. Dikutip pada 18 September 2020, dari [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiTo-j5hvjrAhXd8HMBH斯基ASKQFjAAegQIARAB&url=https%3A%2F%2Fjournal.uui.ac.id%2Fjurnal-komunikasi%2Farticle%2Fdownload%2F7179%2F6363&usg=AOvVaw2JgNZ7\\_PaCLPeOjkiF4fye](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiTo-j5hvjrAhXd8HMBH斯基ASKQFjAAegQIARAB&url=https%3A%2F%2Fjournal.uui.ac.id%2Fjurnal-komunikasi%2Farticle%2Fdownload%2F7179%2F6363&usg=AOvVaw2JgNZ7_PaCLPeOjkiF4fye).
- Sandin, D & Simolin, T. (2006). *Public Relations as Perceived and Practice by Commercial Banks*. Dikutip pada 2 Oktober 2020.
- Soemirat, S & Ardianto, E. (2010). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Subrata, G., & Tamrin, M. (2018). Pengaruh Perubahan Struktur Organisasi Terhadap Tingginya Turn Over Intention. Dikutip pada 12 September 2020, dari <https://www.semanticscholar.org/paper/PENGARUH-PERUBAHAN-STRUKTUR-ORGANISASI-TERHADAP-Subrata-Tamrin/3a39a2b616375404898173084af1945b03e93a3b>.
- Schmitz, A. (2012). Public Relations. United States: Pearson.
- Saputra, Wahidin dan Rulli Nasrullah. 2011. Teori dan Praktik Publik. Relations. Depok : Gramata Publishing
- Shimp, Terence. 2000. Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi. Pemasaran Terpadu, edisi ke-5. Jakarta: Erlangga.
- Sutisna. (2003) Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran, Cetakan Ketiga. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Syurkani, P. (2019). Membangun Citra Positif Polri. Dikutip pada 17 September 2020, dari <https://www.lampost.co/berita-membangun-citra-positif-polri.html>.
- Tasaripa, K. (2013). Tugas dan Fungsi Kepolisian dalam Perannya sebagai Penegak Hukum Menurut Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian. Dikutip pada 17 September 2020, dari [https://www.google.com/url?sa=t&ret=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiH\\_6bEwPXrAhVL63MBHftUA84QFjALegQIAxAB&url=https%3A%2F%2Fmedia.neliti.com%2Fmedia%2Fpublications%2F146200-ID-tugas-dan-fungsi-kepolisian-dalam-perann.pdf&usg=AOvVaw0txzXtznxCeDAPboF33GYO](https://www.google.com/url?sa=t&ret=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiH_6bEwPXrAhVL63MBHftUA84QFjALegQIAxAB&url=https%3A%2F%2Fmedia.neliti.com%2Fmedia%2Fpublications%2F146200-ID-tugas-dan-fungsi-kepolisian-dalam-perann.pdf&usg=AOvVaw0txzXtznxCeDAPboF33GYO).
- Warta Ekonomi. (2020). Ingin Komunikasi Lebih Efektif, PR Harus Manfaatkan Media Sosial dan AI. Dikutip pada 18 September 2020, dari <https://www.wartaekonomi.co.id/read274339/ingin-komunikasi-lebih-efektif-pr-harus-manfaatkan-media-sosial-dan-ai>.
- Wells, G. L., Olson, E., & Charman, S. (2003). Distorted retrospective eyewitness reports as functions of feedback and delay. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 9, 42–52. doi:10.1037/1076-898X.9.1.42
- Yusron. (2020). Pengertian Visi dan Misi. Dikutip pada 12 September 2020, dari <https://belajargiat.id/visi-dan-misi/>.
- Yuniarti. (2019). Pengaruh Analisis Jabatan, Struktur Organisasi dan Kompetensi terhadap Kinerja Pegawai pada Badan Perencanaan Penelitian dan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Kabupaten Morowali. Dikutip pada 12 September 2020, dari <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:8CSZ1LZI2OgJ:https://media.neliti.com/media/publications/144490-ID-pengaruh-analisis-jabatan-struktur-organ.pdf+&cd=1&hl=id&ct=clnk&gl=id&client=firefox-b-d>.

Zaida, E. (2016). Struktur Organisasi Menurut Fungsi dan Produk. Dikutip pada 12 September 2020, dari <https://efrizalzaida.wordpress.com/2016/12/06/struktur-organisasi-menurut-fungsi-dan-menurut-produk/>.

