

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyoso, W. (2018). *Manajemen Bencana Pengantar & Isu-Isu Strategis*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Amri, M. R., & et al. (2016). *Risiko Bencana Indonesia*. Jakarta: BNPB.
- ANTARA. (2022). *BMKG Sebut Indonesia Dilanda Gempa Sekitar 5.818 Kali Per Tahun*. Diakses pada 29 September 2022, dari <https://www.antaraneews.com/berita/2763137/bmkg-sebut-indonesia-dilanda-gempa-sekitar-5818-kali-per-tahun>
- Austin, E. W., & Pinkleton, B. (2001). *Strategic Public Relations Management*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Bernoff, J., & Charlene, L. (2011). *Groundswell: Winning in a World Transformed by Social Technologies*. USA: Harvard Business Review Press.
- BNPB. (2017). *Tanggap Tangkas Tangguh Menghadapi Bencana*. Jakarta: Pusat Data, Informasi dan Humas BNPB.
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Creswell, J. W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cutlip, S. M., & et all. (2000). *Effective Public Relations*. New Jersey: Prentice Hall.
- Dihni, V. A. (2021). *Deretan Bencana Tsunami Terbesar yang Menelan Ribuan Korban Meninggal di Indonesia*. Diakses pada 30 September 2022, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/12/15/deretan-bencana-tsunami-terbesar-yang-menelan-ribuan-korban-meninggal-di-indonesia>
- Dozier, D. M., & Broom, G. (1995). (Evolution of the Manager Role in Public Relations Practice. *Journal of Public Relations Research*, Vol. 7.
- Ehling, W. P. (1985). Application of decision theory in the construction of a theory of public relations management: II. *Jurnal Public Relations Research & Education*, 2(1), Hal. 4-22.
- Haddow, G. D. (2008). *Disaster communications: in a changing media world*. UK: Butterworth Heinemann.

- Haydon, J. (2014). *Using POST To Create a Social Media Strategy*. Diakses pada 26 Oktober 2022, dari <https://www.socialbrite.org/2014/05/27/post-method-for-creating-social-media-strategy/>
- Hayes, J. (2018). *How To Use The P.O.S.T Method To Create Your Social Media Plan*. Diakses pada 26 Oktober 2022, dari <https://crayonsandmarketers.com/news/use-p-o-s-t-method-create-social-media-plan/>
- Hendra, Y., & et al. (2015). *Analisis Model Komunikasi Efektif dalam Komunikasi Mitigasi Bencana*. Retrieved from Kumpulan Penelitian Dosen: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Iqbal, M., & et al. (2021). (Studi Kasus Mitigasi Bencana Badan Penanggulangan Bencana Daerah Provinsi Jabar dalam Menghadapi Bencana Alam Gempa Bumi Akibat Sesar Lembang. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 4 (2)*, hal 186-194.
- Kementerian PAN dan RB. (2012). *Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah*. Diakses pada 8 Oktober, dari <https://jdih.menpan.go.id/dokumen-hukum>
- Kemp, S. (2022). *Digital 2022: Indonesia*. Diakses pada 25 Oktober 2022, dari <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ketiga belas ed.). Jakarta: Airlangga.
- Kurniawati, D. (2020). Komunikasi Mitigasi Bencana sebagai Kewaspadaan Masyarakat Menghadapi Bencana. *Jurnal Simbolika April, Vol 6 No. 1*.
- Lestari, P. (2018). *Komunikasi Bencana Aspek Penting Pengurangan Risiko Bencana*. Yogyakarta: PT. Kanisius.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Teori Komunikasi* (Edisi 9 ed.). Jakarta: Salemba Humanika.
- Lovari, A., & Bowen, S. (2019). Social Media in Disaster Communication: A case Study of Strategies, Barriers, and Ethical Implications. *WILEY: Journal of Public Affair, Volume 20*(Issue 1).
- Mayer, R. E. (1996). Learning strategies for making sense out of expository text: The SOI model for guiding three cognitive processes in knowledge construction. *Educational Psychology Review, 8 (4)*, 357-371.

- McCusker, K., & Gunaydin, S. (2015). Research using qualitative, quantitative or mixed methods and choice based on the research. *Perfusion*. doi: 10.1177/0267659114559116
- Moleong, L. J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Neuman, W. L. (2003). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*. Boston: Allyn and Bacon.
- Nisa. (2022). *Cara Membuat Content Plan yang Efektif dan Perbedaannya dengan Content Strategy*. Diakses pada 24 Oktober 2022, dari bing.com/ck/a?!&&p=9bc7b3876ac84560JmltdHM9MTY5MDc2MTYwMCZpZ3VpZD0zYWnkYmZlOC03YWYxLTZjOTctMzYyYy1hZGY5N2JhNzZkMTMmaW5zaWQ9NTE5NQ&ptn=3&hsh=3&fclid=3acdbfe8-7af1-6c97-362c-adf97ba76d13&psq=Cara+Membuat+Content+Plan+yang+Efektif+dan+Perbedaannya+dengan+Con
- Notoatmodjo, S. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Nugraha, A. R. (2021). *Apa itu Ring of Fire? Penyebab Indonesia Sering Gempa yang Disebut Jokowi*. Diakses pada 29 September 2022, dari Kumparan: <https://kumparan.com/kumparansains/apa-itu-ring-of-fire-penyebab-indonesia-sering-gempa-yang-disebut-jokowi-1vXNjLBMXWc>
- Olivia, M. (2022). *Pemanfaatan Instagram @DKKSemarang Sebagai Media Komunikasi Bencana dalam Penanganan Covid-19 di Kota Semarang (Maret-Desember 2020)*. Other thesis, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
- Priyandana, A. (2015). *Pemahaman Perilaku Konsumen Milenial*. Diakses pada 10 Oktober 2022, dari WebLog Andika Priyandana: <https://gintong.me/2015/11/27/pemahaman-perilaku-konsumen-milenial/>
- Putri, D., & Mormes, M. (2017). Analisis Strategi Perencanaan Pesan pada Akun Instagram E-Commerce @thekufed. *The Messenger, Volume 9 No. 1*.
- Rizaty, M. A. (2022). *Bertambah Lagi, Ini Jumlah Pengguna Instagram per Keuartal I 2022*. *Databoks*. Diakses pada 15 Oktober 2022, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/17/bertambah-lagi-ini-jumlah-pengguna-instagram-per-kuartal-i-2022>

- Roskusumah, T. (2013). Komunikasi Mitigasi Bencana oleh Badan Geologi KESDM di Gunung Api Merapi Prov. D. I. Yogyakarta. *Jurnal Kajian Komunikasi, Volume 1 No. 1*, hlm 59-68.
- Sabate, F., Berbegal-Mirabent, J., Cañabate, A., & Lebher, P. (2014). Factors Influencing Popularity of Branded Content in Facebook Fan Pages. *European Management Journal*, pp. 1001-1011.
- Stechman, B. (2021). *Why and How Content Planning Differs from Content Strategy*. Diakses pada 24 Oktober 2022, dari <https://divvyhq.com/content-planning/the-difference-between-content-planning-and-content-strategy/>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sulistyaningtyas, I. D. (2010). Riset Sebagai Ujung Tombak Keberhasilan Program Public Relations. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI, Vol 7 No. 2*, hlm 171-186.
- Sutopo. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS.
- Syahdana, P. J., & et al. (2020). Perencanaan Strategi Media Sosial Akun Instagram @peopleattiket oleh PT. Global Tiket Network. *Jurnal Manajemen Komunikasi, Vol 5 No. 1*, hlm 36-59.
- Thomas, V. L., & et al. (2020). Instagram as a tool for study engagement and community building among adolescents: A social media pilot study. *Digit Health*. doi: <https://doi.org/10.1177%2F2055207620904548>
- Wardhani, C. A. (2014). *Urgensi Komunikasi Bencana dalam Mempersiapkan Warga di Daerah Rawan Bencana*. Lampung: Unila.
- Wardiyanta. (2010). *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Warsono, H., & Buchari, A. (2019). *Kolaborasi Penanganan Bencana*. Kabupaten Bandung Barat: Trim Komunikata.
- Widjanarko, W., & et al. (2022). Analysis of Marketing Public Relations of Taman Lazuardi Tourism Park In Banyumas, Central Java Province, Indonesia To Increasetourist Visiting Interest By Means of Social Media. *Webology, Vol 19 No. 2*, hlm 90-97.
- Wimmer, R. (2003). *Mass Media Research an Introduction*. USA: Wadsworth.