

DAFTAR PUSTAKA

- Achmed, Y., Setianti Y., Puspitasari, L. (2019). Pengelolaan Instagram @Humas_Sumedang Sebagai Media Komunikasi dan Media Informasi Oleh Humas Sekretariat Daerah Sumedang. *Jurnal Komunikasi*, 5(2), 329-340.
- Agustini, N.A., Purnaningsih, N. (2018). Pengaruh Komunikasi Internal dalam Membangun Budaya Organisasi. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(1), 89-108.
- Albana, I., Arifiyanti, A.A. (2018). Heat-Map Kunjungan Wisata di Jawa Timur Berdasarkan Media Sosial. Simposium Nasional Ke-17 RAPI. Diakses dari: https://publikasiilmiah.ums.ac.id/bitstream/handle/11617/10631/paper_Inf_02.pdf?sequence=1
- Alyusi, S.D. (2016). *Media Sosial: Interaksi, Identitas, dan Modal Sosial Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.
- Amani, Z., Djuwita, A. (2021). Strategi Humas Pemerintah Kota Bandung dalam Mengelola Akun Youtube "Halo Bandung". *e-Proceeding of Management*, 8(4), 1-23.
- APJII. (2020). *Laporan Survei Internet APJII 2019-2020 [Q2]*. Retrieved Maret 19, 2021, from Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia: <https://apjii.or.id/survei2019x>
- Arifuddin, M.R., Irwansyah. (2019). Dari Foto dan Video ke Toko: Perkembangan Instagram dalam Perspektif Konstruksi Sosial. *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, 3(1), 37-55.
- Arischa, S. (2019). Analisis Beban Kerja Bidang Pengelolaan Sampah Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Pekanbaru. *Jurnal JOM Fisip*, 6(1), 1-15.
- Azman. (2018). Penggunaan Media Massa dan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Komunikasi. *Jurnal Peurawi*, 1(1), 1-13.
- Bajri, R.A.D., Irwansyah. (2019). Tujuh 'C' dalam Program Humas Jakarta Smart City. *Journal of Creative Communication*, 1(1), 48-65.
- Budiastuti, D., Bandur, A. (2018). *Validitas dan Reliabilitas Penelitian dengan analisis dengan NVIVO, SPSS, dan AMOS*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Dahono, Y. (2021, Februari 15). *Data: Ini Media Sosial Paling Populer di*

Indonesia 2020-2021. Retrieved Maret 20, 2021, from Beritasatu:
<https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021>

- Dida, S., Subekti, P., Lukman, S. (2017). *Book Chapter Corporate Public Relations*. Bandung: Unpad Press.
- DJKP. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*. Direktorat Pengelolaan Media Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Erkan, I., Evans. (2016). The influence of e-WOM in Social Media on Consumers Purchase Intentions: An Extended Approach to Information Adoption. *Journal of Computers in Human Behavior*, 61, (2) 47-55.
- Fahyuni, E.F. (2017). *Teknologi, Informasi, dan Komunikasi (Prinsip dan Aplikasi dalam Studi Pemikiran Islam)*. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Fathoni, A.A. (2018). Pengaruh Penggunaan Fitur Instagram Stories dan Interface Design Instagram Terhadap Kepuasan Menggunakan Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma. *Jurnal Ilmu Komunikasi Mediakom*, 2(1), 206-218.
- Goodwin, M. (2019). *Instagram Marketing for Business*. Jerman: Cired.
- Gustam, R.R. (2015). Karakteristik Media sosial dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop di Kalangan Komunitas Samarinda dan Balikpapan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 224-242.
- Hadi, S. (2016). Pemeriksaan Keabsahan Data Penelitian Kualitatif pada Skripsi. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 22(1), 74-79.
- Hajati, R. P., S. Perbasari, dan H. Hafiar. (2018). Manajemen Aktivitas Media Sosial Akun Instagram @indonesiabaik.id. *Journal of Communication Studies*, 3(2), 57-75.
- Handaru, S. (2017). Efektivitas Komunikasi Humas dalam Sosialisasi Program SIM Online oleh Satlantas Polrestabes Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, 5(1), 1-12.
- Hasanah, H. (2016). Teknik-Teknik Observasi (Sebuah alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial. *Jurnal at-Taqaddum*, 8(1): 21-46.
- Herdiansyah, H. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial: Perspektif Konvensional dan Kontemporer*. Jakarta: Salemba Humanika.

- Insani, C.N., Hidayat, D.R., Zulfan, I. (2019). Pemanfaatan Insta Story dalam Aktivitas Jurnalistik oleh Majalah Gadis. *Kajian Jurnalisme*, 3(1), 39-56.
- Iryana., Kawasati, R. (2019). Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 1-17.
- Kasmirus, W. (2013). Peran Kehumasan Dalam Membangun Citra Pemerintah di Kabupaten Kutai Barat. *Jurnal Administasi Reform*, 1(1), 190-208.
- Khoerunnisa, R. Selian, T.M., Nurvikarahmi, T. (2021). Peranan Penggunaan Instagram terhadap Kepercayaan Diri Remaja. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 8723-8731.
- Kurniasih, N. (2013). Penggunaan Media Sosial Bagi Humas di Lembaga Pemerintah. Forum Kehumasan Kota Tangerang. https://www.researchgate.net/profile/NuningKurniasih/publication/308513901_Penggunaan_Media_Sosial_bagi_Humas_di_Lembaga_Pemerintah/links/57e5316c08ae978dd24d0b2e/Penggunaan-Media-Sosial-bagi-Humas-di-Lembaga-Pemerintah.pdf
- Macarthy, A. (2015). 500 Social Media Marketing Tips: Essential Advice, Hints and Strategy for Business: Facebook, Twitter, Pinterest, Google+, YouTube, Instagram, LinkedIn, and More. USA: Sage Publications, Inc
- Margaretha, Sunarya, D.M. (2017). Instagram Sebagai Media Sosialisasi 9 Program Unggulan Pemerintah (Studi Kasus pada Bagian Hubungan Masyarakat Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia pada Instagram @kemenkopUKM). *Journal of Communication*, 8 (2), 88-105.
- Miller, D., Costa, E., Haynes, N. (2016). *How the World Changed Social Media*. London: UCL Press.
- Miles, J. (2019). *Instagram Power Build Your Brand and Reach More Customers with Visual Influence*. USA: McGraw-Hill Education.
- Mukarom, Z. (2020). *Teori-Teori Komunikasi*. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati.
- Nurjanah, A.N., Nurnisya, F.Y. 2016. Humas Pemerintah dan Digital Public Relations (PR) (Studi Kasus : Humas Pemerintah Kota Yogyakarta Dalam Mensosialisasikan Tagline “jogja istimewa”). *Jurnal Arist*, 4(1), 1-24.
- Page, J.T., Parnell, L.J. (2019). *Introduction to Strategic Public Relations Digital*,

- Global, and Socially Responsible Communication*. USA: Sage Publications, Inc.
- Pangaribuan, T.R.A. (2017). Kredibilitas Media Sosial dalam Pemberitaan Pemilihan Gubernur DKI Jakarta. *Jurnal Pikom*, 18(2), 75-90.
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja. *Journal Communication*, 8(1), 51-65.
- Putra, I.G.N. (2020). Media Sosial dan Interaktivitas dalam Dunia Public Relations. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 1-11.
- Rahman, V.A., Darma, S.D., Ali, R.S., Nuralam, A.M., Satria, W. (2018). *Literasi dalam Saku: Mengelola Media Sosial Komunitas Tanpa Batas*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Pembinaan Pendidikan Keaksaraan dan Kesetaraan.
- Rahmantika, A.C. (2019). Pilihan Bahasa dalam Caption Akun Instagram Mrs Sharena. *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang, Fakultas Bahasa dan Seni.
- Rahmiputri, A.A., Irwasnyah. (2019). Paparan Selektif Penggunaan Fitur Senyap dan Teman Dekat pada Twitter dan Instagram. *Jurnal Studi Komunikasi*, 3(3), 460-478.
- Ricko, Junaidi, A. (2019). Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion). *Jurnal Prologia*, 3(1), 231-237.
- Ruslan dan Rosady. (2016). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi, Konsepsi, dan Aplikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Sari, A.A. (2012). *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Setyanto, Y., Anggarina, P.T. (2017). Public Relations: Membangun Komunikasi Internal dalam Perusahaan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 55-64.
- 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.
- Silviani, I. (2020). *Public Relations sebagai Solusi Komunikasi Krisis*. Surabaya: PT. Scopindo Media Pustaka.
- Siyoto, S., Sodik, A.M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: :

Literasi Media Publishing.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.

Surokim. (2017). *Internet, Media sosial, dan Perubahan Sosial di Madura*. Madura: Prodi Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura.

Susilowati. (2017). Kegiatan Humas Indonesia Bergerak Di Kantor Pos Depok II Dalam Meningkatkan Citra Instansi Pada Publik Eksternal. *Jurnal Komunikasi*, 3(2), 47-54

We Are Social. (2022). *Digital in 2022*. Retrieved April 16, 2022, from We Are Social: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>

Yanti, N., Mustikarini, C.N. (2018). Upaya Optimalisasi Penggunaan Instagram pada Bisnis Stay Apparel. *Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 3(2), 154-162.

Yusuf, A.M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media.

