

DAFTAR PUSTAKA

- Achmed Hafizh, Setianti Yanti, P. L. (2019). Pengelolaan Instagram @Humas_Sumedang Sebagai Media Komunikasi Dan Media Informasi Oleh Humas Sekertariat Daerah Sumedang. *Journal Komunikasi Universitas Garut*, 5(2), 329–340.
- Annur, C. M. (2021). *Ada 91 Juta Pengguna Instagram di Indonesia , Mayoritas Usia Berapa ?* Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-mayoritas-usia-berapa>
- APJII. (2020). Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020*, 1–146.
<https://apjii.or.id/survei>
- Asih, W. M., Muchtar, K., & Abidin, Y. Z. (2020). Pengelolaan Digital Pr Dalam Mengemas Konten Dakwah Di Instagram @Masjidtrans. *Jurnal Riset Komunikasi*, 3(1), 108–119. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v3i1.87>
- BDM Publications. (2020). *The Complete Instagram Manual* (D. Hayward (ed.); 5th ed.). Papercut Limited.
- Dahono, Y. (2021). *No Title*. Beritasatu. data: Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021
- Dwi, Y. (2019). *The Seven Communication Series: Context*. Public Speaking.
<https://publicspeaking.sv.ugm.ac.id/2019/09/19/the-seven-communication-series-cabality-of-audience/>
- Goodwin, M. (2012). Instagram Marketing For Business. In *European University Institute* (Issue 2). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679&from=PT%0Ahttp://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52012PC0011:pt:NOT>
- Gunawan, I. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik* (Suryani (ed.); 4th ed.). PT Bumi AKsara.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif (Issue April). <https://perpustakaan.gunungsitollikota.go.id>
- Herdiansyah, H. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Salemba Humanika.
- Herdiansyah, H. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu Psikologi*.

- Herman, J., Butow, E., & Walker, C. (2021). *Instagram For Business* (2nd ed.). John Wiley & Sons, Inc.
- Ismayani, A. (2019). *Metodologi Penelitian* (A. U. T. Pada (ed.); 1st ed.). Syiah Kuala University Press.
- J, yoga dwi. (2019). *The Seven Communication Series: Context*. Public Speaking. <https://publicspeaking.sv.ugm.ac.id/2019/09/04/the-seven-communication-series-context/>
- Lipschultz, J. H. (2015). *Social Media Communications: Concepts, Practices, Data, Law and Ethics*. Routledge.
- Lloyd, J., & Toogood, L. (2013). Journalism and PR, News Media and Public Relations in The Digital Age. In *I.B. Taurus* (Vol. 53, Issue 9).
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Margaretha, L., & 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)*. 148, 148–162.
- McHaney, R., & Sachs, D. D. (2016). *Media*.
- Nursalam. (2020). *Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan* (P. P. Lestari (ed.); 4th ed.). Salemba Medika.
- Oktriwina, A. S. (2021). *Reach atau Impressions, Mana yang Lebih Baik untuk Optimasi Kontenmu?* <https://glints.com/id/lowongan/reach-vs-impressions/#.YUy1wrgzZEY>
- PDAM Surya Sembada Kota Surabaya. (2019). *Sejarah & Status PDAM Surya Sembada Surabaya*. <https://www.pdam-sby.go.id/read/sejarah-status-pdam-surya-sembada-surabaya>
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Communication*, 8(1), 51. <https://doi.org/10.36080/comm.v8i1.651>
- Quesenberry, K. (2019). *Social media strategy : marketing, advertising, and public relations in the consumer revolution*.
- Rahmalia, N. (2021). *Digital Public Relations, Strategi untuk Tingkatkan Online Presence Bisnis yang Positif*. <https://glints.com/id/lowongan/digital-public-relations-adalah/#.YgCU7-pBzb0>

- Richardson, K. B., & Hinton, M. (2015). *Applied Public Relations: Cases in Stakeholder Management* (3rd ed.). Routledge.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian* (1st ed.). PT Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Alfabeta Bandung.
- Syahreza, M. F., & Tanjung, I. S. (2018). Motif Dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED. *Jurnal Interaksi*, 2(1), 61–84.
- Techgo. (2020). *Instagram - Tricks And Tips* (2nd ed.). Papercut Limited.
- Vaynerchuk, G. (2018). *Crushing It: How Great Entrepreneurs Build Their Business and Influence - and How You Can, Too* (pp. 1–161).
- Verawati, N. (2016). Pergeseran Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Bisnis Online (Studi Kasus pada Akun @Schonehazzle). *Ilmu Komunikasi*, 12, 12–25.
- Warpindyastuti, L. D., & Sulistyawati, M. E. S. (2018). Pemanfaatan Teknologi Internet Menggunakan Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi dan Promosi Pada MIN 18 Jakarta. *Widya Cipta - Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(1), 91–95.
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta/article/view/2971/2039>
- Welianto, A. (2019). *Pengertian Industri 4.0 dan Penerapannya di Indonesia*.
<https://www.kompas.com/skola/read/2019/12/16/160000169/pengertian-industri-4.0-dan-penerapannya-di-indonesia?page=all>
- Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (1st ed.). KENCANA.