

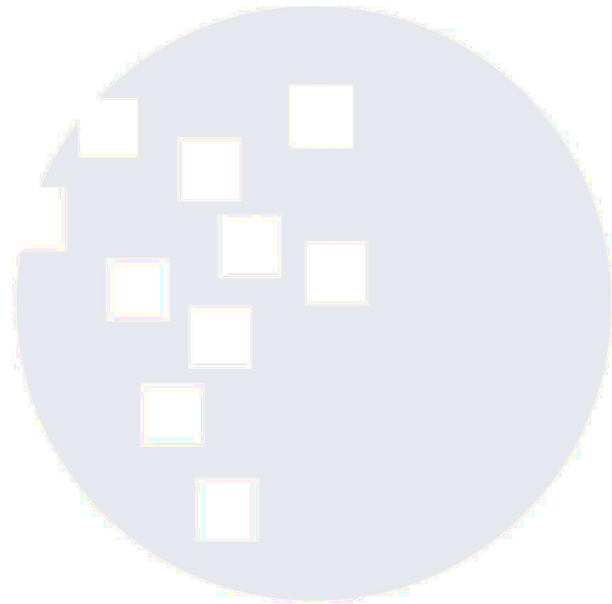
## DAFTAR PUSTAKA

- Amira, N., & Nurhayati, I. K. (2019). Effectiveness of Instagram Sponsored as Advertising/Promotion Media (Study of Tiket.com Advertisement with EPIC Model Method). *Journal Of Media and Communication Science*, 2(2), 4–8. <https://doi.org/10.29303/jcommsci.v2i2.53>
- Antoni, R. (2019). *Strategi Komunikasi Humas Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram*. Universitas Komputer Indonesia.
- Blakeman, R. (2018). *Integrated Marketing Communication: Creative Strategy from Idea to Implementation*. Rowman & Littlefield.
- Clampitt, P. . (2017). *Communication for Managerial Effectiveness: Challenges, Strategies, Solutions*. Sage Publications.
- Dennis, L. W., Glen, T. C., Bryan, H. R. (2015). *Public Relations Strategies and Tactics*
- Farhatiningsih, L. (2018). Optimalisasi Penggunaan Instagram Dalam Praktik Kehumasan Pemerintah. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.17933/diakom.v1i1.14>
- Ferica, S., & Parlindungan, D. R. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Online Shop @ diet \_ inget \_ irwan. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi*, 7(2), 53–58.
- Furqon, M. A., Hermansyah, D., Sari, R., Sukma, A., Akbar, Y., & Rakhmawati, N. A. (2018). Analisis Sosial Media Pemerintah Daerah di Indonesia Berdasarkan Respons Warganet. *Jurnal Sosioteknologi*, 17(2), 2–4.
- Habibah, A. F., & Irwansyah. (2021). Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 350–363. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.255>
- Horwath, R. (2023). *Strategic: The Skill to Set Direction, Create Advantage, and Achieve Executive Excellence*. John Wiley & Sons.
- Iswan, R. (2024). *Pemerintah Kota Tangsel Tingkatkan Akses Internet Gratis untuk PKBM dan Ruang Publik*. [bidiktangsel.com](http://bidiktangsel.com).
- Kriyantono, R. (2021). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, R. (2024). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Kencana.
- Looy, A. Van. (2016). *Social media management*. Springer.
- Luttrell, R. (2015). *Social Media*. Rowman & Little Field.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2019). *Qualitative data analysis : a methods sourcebook*. Sage Publications.
- Nainggolan, V., Randonuwu, S. A., & Waleleng, G. J. (2018). Peranan Media Sosial

- Instagram dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unsrat Manado. *Jurnal Acta Diurna*, 7(4), 1–15.
- Oleskeviciene, G. V., & Šliogerienė, J. (2020). *Research Methodology*. Permatasari, N., Yosral, R., & Annisa, C. F. (2021). Analisis Media Sosial Twitter Tentang Pendidikan Daring Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Seminar Nasional Official Statistics*, 2020(1), 359–369. <https://doi.org/10.34123/semnasoffstat.v2020i1.703>
- Prasetyo, B., & Trisyanti, U. (2018). Revolusi industri 4.0 dan tantangan perubahan sosial. *Prosiding SEMATEKSOS 3 “Strategi Pembangunan Nasional Menghadapi Revolusi Industri 4.0,”* 5, 22–27.
- Prastowo, F. A. A. (2020). Pelaksanaan fungsi pokok humas pemerintah pada lembaga pemerintah. *Profesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 5(1), 17. <https://doi.org/10.24198/prh.v5i1.23721>
- Prisgunanto, I. (2014). *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. Prisani Cendekia.
- Quesenberry, K. A. (2019). *Social Media Strategy Marketing, Advertising, And Public Relations In The Consumer Revolution*. Rowman & Littlefield.
- Rizky, N., & Setiawati, S. D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Haloa Cafe sebagai Komunikasi Pemasaran Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 177–190.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi Edukasi. *Persepsi: Communication Journal*, 3(1), 23–36. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v3i1.4428>
- Sendari, A. A. (2019). *Instagram Adalah Platform Berbagi Foto dan Video, Ini Deretan Fitur Canggihnya*. <https://www.liputan6.com/teknoread/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya>
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>
- Tarigan, M. I., Silalahi, E., Tinambunan, A. P., Margery, E., & Lusiah. (2024). Impact Of Destination Brand Experience To Increase Destination Brand Loyalty. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 22(1), 219–236.
- Tuten, T., & Solomon, M. R. (2017). *Social Media Marketing*. Sage Publications.
- Vlad, D. E. (2020). *Concepts of Quality Connected to Social Media and Emotions*. Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Watkins, M. W. (2021). *A Step-by-Step Guide to Exploratory Factor Analysis with*

*SPSS*. Imprint Routledge.

Yin, R. K. (2014). *Studi Kasus Desain & Metode*. Rajawali Pers.



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA