

DAFTAR PUSTAKA

- Achmed, H., Setianti Y., Puspitasari, L. (2019). Pengelolaan Instagram @humas_sumedang sebagai Media Komunikasi dan Media Informasi oleh Humas Sekretariat Daerah Sumedang. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*. Vol 5(2). p.329-340.
- Adi, W., & Prabawati, H. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Koalisi Pemuda Hijau Indonesia (KOPHI) Sebagai Media Publikasi Kegiatan. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 7:(2), p. 160-176.
- Anindyanari, S., Widjanarko, W., Widodo., Bambang, (2021). Manajemen Konten Instagram Milik Pemerintah Dalam Promosi Potensi Pariwisata Daerah di Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah :Studi Tentang Akun Instagram @Dinporabudpar_banyumas. *ACTA DIURNA*. Vol 17:(1), p. 91-103.
- Annur, Cindy Mutia. (2021). Ada 91 Juta Pengguna Instagram di Indonesia, Mayoritas Usia Berapa? <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-mayoritas-usia-berapa>, diakses pada 15 Juni 2022.
- Anonim., <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/strategi>, diakses pada 6 Januari, 2022
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis* Vol 6(2), p. 233-247.
- Bariyah, C.(2018). Analisis Resepsi Khalayak tentang *Lettering Capture* dalam *Official Instagram @Sub.Letter* (Studi *Followers Official Account Instagram @Sub.Letter*). *Skripsi*. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Baruah, T. D. (2012). Effectiveness of Social Media as a tool of communication and its potential for technology enabled connections: A micro-level study, *International Journal of Scientific and Research Publications*, Vol 2:(5), p. 1-10.
- Budio, S. (2019). Strategi Manajemen Sekolah. *Jurnal Menata*, Vol 2:(2), p. 56-72.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, Vol 9:(1), p. 140-157.
- Chen, G. M. (2012). The impact of new media on intercultural communication in global context, *China Media Research*, Vol 8:(2), p. 1-10.
- Fadhilah, N. R. (2018). Strategi Pengelolaan Instagram Bea dan Cukai Kualanamu (Studi Kualitatif Mengenai Strategi Pengelolaan Instagram Bea dan Cukai Kualanamu Tentang Aturan-Aturan Bea dan Cukai Oleh Humas Bea dan Cukai Kualanamu). *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara.
- Fajar, Dzika. (2021). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Kampanye di Era Pandemi Covid-19 Pasangan "ARTYS" pada Pilkada Blora. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, Vol 11: (11), p. 1-14.

- Ferlitasari, R. (2018). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja (Studi pada Rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung). Skripsi. UIN Raden Intan Lampung.
- Feroza, C. S. B., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram pada Akun @Yhoophii_Official sebagai Media Komunikasi dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, Vol 14:(1), p. 32-41.
- Fitriyani, D., N.(2019). Analisis Resepsi terhadap Perspektif Gender pada Pemberitaan Kasus First Travel. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Jenderal Soedirman.
- Graham, M. W. (2014). Government communication in the digital age: Social media's effect on local government public relations. *Public Relations Inquiry*, Vol3(3), p. 361-376.
- Hanitzsch, T.(2001). Teori Sistem Sosial dan Paradigma Konstruktivisme: Tantangan Keilmuan Jurnalistik di Era Informasi. *Jurnal Mediator*. Vol 2(2), p.218-229.
- Herjanto, W. C. (2020). Analisis Strategi Kampanye Public Relations Melalui Media Sosial: Kampanye Public Relations# Bisaaja RedDoorz Indonesia Di Instagram. *Skripsi*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Herlina, N., & Lubis, E. E. (2017). Efektivitas Komunikasi Akun Instagram@ Sumbar_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat. *Skripsi*. Universitas Riau.
- <http://www.belanjaciptamaluku.kemdikbud.go.id/> , diakses pada 20 Oktober 2021.
- <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/02/05/1811/ekonomi-indonesia-2020-turun-sebesar-2-07-persen--c-to-c-.html>, diakses pada 16 November 2021.
- Huang, Y. T., & Su, S. F. (2018). Motives for Instagram use and topics of interest among young adults. *Future Internet*, Vol 10:(8)
- Kriyantono, R.(2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta:Kencana Perdana Media Group.
- Kurnia, N. D., Johan, R. C., & Rullyana, G. (2018). Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media di UPT Perpustakaan Itenas. *Edulib*, Vol 8:(1), p. 1-17.
- Kusumasari, P. W. (2018). Peran *Online Engagement* pada Pengaruh Tipe *Post* dan Waktu *Post* di Instagram terhadap Minat Beli. *Skripsi*. Universitas Sanata Dharma.
- Li, H. (2018). Opportunities and Challenges of College Students' Ideological and Political Education in the New Media Age. *International Conference on Educational Research, Economics, Management, and Social Science*. DOI: 10.25236/erems.2018.179
- Luttrell, R. (2015). *Social Media*. Maryland: Rowman & Little Field.

- Manning, J., (2014.) Social media, definition and classes of. *Encyclopedia of social media and politics* (pp. 1158-1162). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Maranti, A. (2020). Komunikasi Antarbudaya Kelompok Masyarakat Samin dengan Muslim di Desa Baturejo Kecamatan Sukolilo Kabupaten Pati Jawa Tengah. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- McQuail, Dennis. (2011). *Teori Komunikasi Massa Mcqual edisi 6*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mulyana, D.(2003). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung:PT Remaja Rosdakarya.
- Nainggolan, Y., Zaini, M., & Althalets, F. (2018). Penggunaan Media Sosial Instagram untuk menunjang Peran Duta Wisata 2016-2017 dalam mempromosikan Pariwisata di Kalimantan Timur. *eJurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 6:(3), p. 136-148.
- Nasyroh, F. A. (2020). Strategi Pengelolaan Instagram @infoponorogo sebagai Media Informasi tentang Kabupaten Ponorogo. *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.
- Ningrum, A. U.(2019). Strategi Komunikasi Humas PT Kereta Api Indonesia Divisi Regional (Divre) III Palembang dalam Mempromosikan Kereta Kertalaya di Masyarakat. *Skripsi*. UIN Raden Fatah Palembang.
- Noor, J.(2011). Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, & Karya Ilmiah. Jakarta:Kencana Prenada Media Group. Pendidikan. Yogyakarta:Depublish.
- Pakpahan, A. K. (2020). Covid-19 dan Implikasi bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, Vol 0(0), p.59-64.
- Pakpahan, A. V. B. & Djuwita, A. (2019). Penggunaan Circular Model of SoMe melalui Instagram @trademark_bdg. *e-Proceeding of Management*, Vol 6(2), p.5197-5205.
- Pandora, R. T. (2018). Strategi Pengelola Media Sosial Instagram Komunitas Ketimbang Ngemis. *Skripsi*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Permatasari, A.N., (2021). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun 2020 Terburuk Sejak 1998? Ini Penjelasan Ekonom. <https://www.kompas.tv/article/144597/pertumbuhan-ekonomi-indonesia-tahun-2020-terburuk-sejak-1998-ini-penjelasan-ekonom>, diakses pada 20 Oktober 2021.
- Pienrasmi, H. (2015). Pemanfaatan social media oleh praktisi public relations di Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi*, Vol 9:(2), p.199-210.
- Pratiwi, N., I. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*. Vol 1(2), p.202-224.

- Prinanda,R.(2020).Strategi Komunikasi Nursi Research Center dalam menyosialisasikan Program Kajian Tafsir Risalah Nur.*Skripsi*.UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Puspita, Y. (2015). Pemanfaatan new media dalam memudahkan komunikasi dan transaksi pelacur gay. *Jurnal Pekommas*, Vol 18:(3), 203-212.
- Putra, M. (2018). Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media KomunikasiPemasaran. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Rahayu., D. B. S., & Khusna., I. H., (2021). Instagram dan Perubahan Aktivitas Berwisata Masyarakat Banyumas. *Jurnal Jurnalisa*. Vol 7:(1).
- Rakanda, D. R. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Generasi Z Atau Igeneration Di Desa Cawas. *Skripsi*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta.
- Rizal, N.Y. (2021). Pandemi Covid-19 mengakibatkan melemahnya Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah di Wilayah Kejeran, Kota Surabaya. *Jurnal Inovasi Penelitian* Vol 1(8), p. 1553-1558.
- Santoso, A. P. (2017). Pengaruh konten post instagram terhadap online engagement: Studi kasus pada lima merek pakaian wanita. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, Vol 6: (1).
- Sugiyono.(2016).Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif dan R&D.Bandung:Penerbit Alfabeta.
- Syarif. (2019). Pengaruh Fitur Instagram Story terhadap Eksistensi Diri Siswa SMA Sades Sapientiae Semarang. *Skripsi*. Universitas Semarang.
- Ting, H, dkk. (2015). Beliefs about the Use of Instagram: An Exploratory Study. *International Journal of Business and Innovation* Vol 2(2), p. 15-31.
- Ting, H., Ming, W. W. P., de Run, E. C., & Choo, S. L. Y. (2015). Beliefs about the use of Instagram: An exploratory study. *International Journal of business and innovation*, Vol 2:(2), p. 15-31.
- Utami, A. S. F. & Baiti, N. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku *Cyber Bullying* pada Kalangan Remaja. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, Vol 18:(2), p. 257-262.
- Watie, E. D. S. (2011). Komunikasi dan Media Sosial, *THE MESSENGER*, Vol. 3:(1), p. 69-74.
- Widjanarko, W., dkk., (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:(2), p. 90-97.