

DAFTAR PUSTAKA

- Agostino, A. (2013). Social media and public administration: A literature review. *Government Information Quarterly*, 30(1), 113-128.
- Alfajri, M. F., Adhiazni, V., & Aini, Q. (2019). Pemanfaatan Social Media Analytics Pada Instagram Dalam Peningkatan. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*
- Ashfadiniyya Ardisavira, E. (2021). Digital Content Marketing pada Akun Instagram tirto. id dalam Mempertahankan Brand Engagement. *Digital Content Marketing pada Akun Instagram tirto. id dalam Mempertahankan Brand Engagement*.
- Arkananta, R. (2022). *STRATEGI KREATIF KREATOR KONTEN CHANNEL YOUTUBE KUTUFILM DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH PENONTON* (Doctoral dissertation, Universitas Nasional)
- Al Qadri, M. A. (2023). Analisis Pengelolaan Instagram dalam Penyebaran Informasi Menggunakan Teori The Circular Model SOME. *Al-DYAS*, 2(3), 685-710.
- Admin, S. (2024, June 25). *Implementasi Program Siaran Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Surabaya*. Retrieved from <http://swargalokasurabaya.id/2024/06/25/implementasi-program-siaran-sebagai-media-komunikasi-dan-informasi-dinas-kependudukan-dan-pencatatan-sipil-kota-surabaya/>
- Arizka, N. (2024). *STRATEGI PENGELOLAAN CHANNEL YOUTUBE TRIBUN PSM MAKASSAR DALAM MENINGKATKAN SUBSCRIBER* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Social networking in tourism and hospitality. *Tourism Management*, 29(6), 1194-1206.
- Brodie, R. J., Hollebeek, L. D., Jurić, B., & Ilić, A. (2013). Customer engagement: Conceptual domain, fundamental propositions, and implications for research in service marketing. *Journal of Service Research*, 14(3), 252-271.

- Cecariyani, S. A., & Sukendro, G. G. (2018). Analisis Strategi Kreatif dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten prank Yudist Ardhana). *Prologia*
- Cheung, M. L., Pires, G., & Rosenberger III, P. J. (2020). Exploring synergetic effects of social-media communication and distribution strategy on consumer-based Brand equity. *Asian Journal of Business Research*, 10(1), 126-149.
- Creswell, J.W., & Creswell, J.D. (2018). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.). LA: SAGE.
- Duffett, R., Petroșanu, D. M., Negricea, I. C., & Edu, T. (2019). Effect of YouTube marketing communication on converting brand liking into preference among millennials regarding brands in general and sustainable offers in particular. Evidence from South Africa and Romania. *Sustainability*, 11(3), 604.
- Dubbelink, S. I., Herrando, C., & Constantinides, E. (2021). Social media marketing as a branding strategy in extraordinary times: Lessons from the COVID-19 pandemic. *Sustainability*, 13(18), 10310.
- Evita, J., & Amalia, D. Strategi Pengelolaan Konten pada Akun Instagram@ syc.a. official dalam Membangun Customer Engagement. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(5).
- Ferahtia, A. (2021). See discussions, stats, and author profiles for this publication. *Net/publication/350567414 surface water quality assessment in semi-arid region (el hodna watershed, algeria) based on water quality index (WQI)*.
- Fadillah, S. N., & Setyorini, R. (2021). Analisis implementasi strategi content marketing dalam menciptakan customer engagement di media sosial Instagram Wakaf Daarut Tauhiid Bandung. *Menara Ilmu: Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 15(2).
- Ha, L., Lee, M., & Turban, E. (2010). Web 2.0: A review of the literature and some research issues. *International Journal of Management Reviews*, 12(3), 195-216.

- Hernawati, S. (2017). Metodologi penelitian dalam bidang kesehatan, kuantitatif & kualitatif. *Library Forikes*.
- Handayani, L., Hakim, A. L., & Anwar, M. Y. S. R. (2023, November). Analisis konten berita pencemaran udara di jakarta melalui media sosial instagram mengingatkan kesadaran masyarakat jakarta. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 2, pp. 1215-1226).
- Jordan, R. (2021). Strategi Pengelolaan Facebook ANTVLovers Dalam Membangun Audience Engagement. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 2(1).
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Khanifaturohmah, K., Nataly, F., & Ashfahani, S. (2022). Strategi Produksi dalam Meningkatkan Kualitas Konten Norak di Chanel Youtube Cameo Project. *Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM) STIKOM IMA*, 14(02), 90-97.
- Khoiry, A. L., & Ramadhan, M. I. (2023, July). Strategi Social Media Management Socioworks dalam Meningkatkan Engagement Instagram Audience@gajahduduk_id. In *PROSIDING SEMINAR NASIONAL MAHASISWA KOMUNIKASI (SEMAKOM)* (Vol. 1, No. 2, Juli, pp. 9-15).
- Lee, J., & Lee, K. (2015). The impact of YouTube on government communication: A case study of South Korea. *Government Information Quarterly*, 32(2), 220-228.
- Luttrell, R. (2018). *Social Media: How to Engage, Share, and Connect*.
- Leliana, I., & Gogali, V. A. (2019). Strategi humas kementerian perindustrian dalam menginformasikan layanan publik melalui youtube. *J-IKA: Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas BSI Bandung*, 6(2), 110-119.
- Lubis, M. N. (2023, June). Tinjauan Pustaka: Youtube Sebagai Media Pendukung Pembelajaran Seni Nusantara di Era Milenial. In *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana* (Vol. 6, No. 1, pp. 489-492).
- Larasati, A. A., Ekoputro, W., & Arief, M. (2023, July). Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Konten Tiktok Swargaloka (Konten Video Pembuatan KTP

- El). In *PROSIDING SEMINAR NASIONAL MAHASISWA KOMUNIKASI (SEMAKOM)* (Vol. 1, No. 2, Juli, pp. 119-124).
- McQuail, D. (2005). *Mass Communication Theory* (6th ed.). Sage Publications.
- Manning, J. (2014). Social media, definition and classes of. In K. Harvey (Encycloped). Thousand Oaks: Sage Publication, Inc
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. sage.
- Mahendra, M. R. (2020). Youtube Sebagai Media Pembelajaran. *Vocational Education of Building Construction, University of Jakarta, Jakarta, May, 1-4*
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan konten media sosial korporat pada instagram sebuah pusat perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*
- Muskita, M., & Andris, B. P. (2024). Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Pola Konsumsi Berita. *JURNAL BADATI*
- Novitasari, R. D. (2023). *Strategi Komunikasi Dispendukcapil Kota Surabaya Dalam Memberikan Informasi Terkait Administrasi Kependudukan Kepada Masyarakat Kota Surabaya Melalui Media Youtube Swargaloka. (Surabaya City Dispendukcapil Communication Strategy in Providing Information Related to Population Administration to the Surabaya City Community Through the Swargaloka Youtube Media)* (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).
- Wahyuni, J., & Arief, M. (2023). Relevansi Media Richness sebagai Upaya Dispendukcapil Surabaya dalam Aktivitas Komunikasi Pemerintahan dan Diseminasi Informasi Adminduk. *Jurnal Representamen Vol, 9(02)*.
- Pomalaa, L., Mursityo, Y. T., & Herlambang, A. D. (2018). Analisis faktor brand awareness, brand exposure, customer engagement, dan electronic word-of-mouth dalam pemasaran melalui media sosial pada the Body Shop Indonesia. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*
- Phasukdee, M. P., & Prayong, P. (2020). *Content Strategy for Youtube Channel: The Case Study of Khotkool Channel* (No. 304715). Thammasat University. Faculty of Journalism and Mass Communication.

- Pratama, K. W., Chairil, A. M., & Fauzan, L. A. (2024). Manajemen Konten@ swargaloka. sby dan@ swargaloka. sub untuk Meningkatkan Kesadaran Administrasi Kependudukan. *JHIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(9), 9920-9926.
- Putri, A. E., Aurilio, F. L., Alayubi, M. S., & Putri, R. D. (2024). Dampak Video Pendek Terhadap Perkembangan Kognitif dan Bahasa pada Masa Early Childhood. *Flourishing Journal*
- Ricko, R., & Junaidi, A. (2019). Analisis strategi konten dalam meraih engagement pada media sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion). *Prologia*, 3(1), 231-237.
- RAHMADINA, R. (2020). *STRATEGI PENGELOLAAN AKUN YOUTUBE HOTMAN PARIS SHOW* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana).
- Ramaputra, M. A., & Afifi, S. (2021). Analisis strategi kreatif konten promosi usaha foodies melalui media sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, 5(2), 67-81.
- Rachman, R. F. (2022). Optimalisasi Media Sosial Berbasis Teknologi Informasi & Komunikasi Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Surabaya. *Mediasi*, 3(2), 196-213.
- Riyadiana, N., & Arif, L. (2023). Implementasi Program SWARGALOKA (Suara Warga Mengelola Kebutuhan Adminduk) Dalam Memberikan Edukasi Tentang Pelayanan Kependudukan Bagi Masyarakat Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(18), 507-518.
- Sugiyono, F. X. (2017). *Neraca Pembayaran: Konsep, Metodologi dan Penerapan* (Vol. 4). Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia
- Saraswati, D. A., & Hastasari, C. (2020). Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok. co dalam Mempertahankan Brand Engagement. *Jurnal Biokultur*, 9(2), 152-171.
- Septyami, D. E., & Zuhri, S. (2022). Pengelolaan Konten Media Sosial Intagram@ info_tuban dalam Peningkatan Pengikut. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 5(1), 21-34.

- Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N. A., & Permana, B. G. (2024). Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z. *Journal on Education*, 6(2), 11029-11037.
- Sari, P. P. (2023). *Pengelolaan media sosial Instagram@ banksampahbersinar. id sebagai media komunikasi dan informasi: Studi deskriptif tentang Cyber Public Relations di Bank Sampah Bersinar* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- SAHDAN, S. (2024). *STRATEGI KONTEN KREATOR DALAM MERAHENG ENGAGEMENT DI SOSIAL MEDIA PADA CHANNEL YOUTUBE SELONTOK FISH OFFICIAL* (Doctoral dissertation, Universitas Bina Darma).
- T Heru, N. (2018). *PENGEMBANGAN KESADARAN HUKUM BERLALU LINTAS SISWA MELALUI MODEL PEMBELAJARAN JURISPRUDENSIAL DALAM PENDIDIKAN KEWARGANEGARAAN: Studi Kasus Di SMK Bina Essa Kabupaten Bandung Barat Kelas X Administrasi Perkantoran* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Trunfio, M., & Rossi, S. (2021). Conceptualising and measuring social media engagement: A systematic literature review. *Italian Journal of Marketing*, 2021(3), 267-292.
- Vivek, S., Kazanis, C., & Jain, I. (2019). Review of engagement drivers for an instrument to measure customer engagement marketing strategy. *Handbook of Research on Customer Engagement*
- Vebrynda, R. (2022). *Manajemen Produksi Konten 'Sketsamu'Di Youtube Muhammadiyah Channel*. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 21(2), 164-177.
- Wirga, E. W. (2017). Analisis Konten Pada Media Sosial Video Youtube Untuk Mendukung Strategi Kampanye Politik. *Jurnal Ilmiah Informatika Komputer*, 21(1).
- Weber, E. G. (2020). *Differentiation strategy running brands: A content analysis of Instagram posts* (Doctoral dissertation, Washington State University)

- Wibowo, D. N. R. (2021). Hubungan Aktualitas Nilai Berita dan Kualitas Konten dengan Minat Masyarakat Menonton Berita NET. Jawa Tengah di Instagram. *Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Humanoira*.
- Wibowo, M. I. A., & Romadhan, M. I. (2024, July). PRODUKSI KOMUNIKASI VISUAL PADA KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SWARGALOKA. SUB. In *PROSIDING SEMINAR NASIONAL MAHASISWA KOMUNIKASI (SEMAKOM)* (Vol. 2, No. 1, Januari, pp. 286-294).
- Yang, S., Brossard, D., Scheufele, D. A., & Xenos, M. A. (2022). The science of YouTube: What factors influence user engagement with online science videos?. *Plos one*, 17(5), e0267697.

