

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (1st ed.). CV Syakir Media Press.
- Adhiatma, P. Y., & Mahmudah, S. M. (2023). Optimalisasi Integrasi Media Sosial Direktorat Jenderal Pemasarakatan Sebagai Bentuk Keterbukaan Informasi Publik. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(2), 232–246.
- Afrizal (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Depok: Rajawali Pers
- Almusaed, A., Almssad, A., Yitmen, I., & Homod, R. Z. (2023). Enhancing student engagement: Harnessing “AIED”’s power in hybrid education—A review analysis. *Education Sciences*, 13(7), 632.
- Aminudin, A. (2021). Persepsi Masyarakat Dki Jakarta Tentang Pemberitaan Penanganan Wabah Covid-19 Di Wilayah Dki Jakarta. *Medium*, 9(2), 263-275.
- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1-9
- Barry, A. M. (2020). Perception Theory: A Neurological Perspective on Visual Communication. Dalam S. Josephson, J. D. Kelly, & K. Smith, *Handbook of Visual Communication* (hal. 2). New York: Routledge.
- Cartwright, C. A., & Carwright, P. G. (1984). *Developing Observation*. McGraw-Hill.
- Damayanti, A., Delima, I. D., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang). *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 6(1), 173-190.
- DiBisceglie, S., & Arigo, D. (2021). Perceptions of# fitspiration activity on Instagram: Patterns of use, response, and preferences among fitstagrammers and followers. *Journal of health psychology*, 26(8), 1233-1242.
- Dolan, R., Seo, Y., & Kemper, J. (2019). Complaining practices on social media in tourism: A value co-creation and co-destruction perspective. *Tourism Management*, 73, 35-45.
- Eger, L. & Hommerova, D. (2024). *Social Media Communication, Theory and Research*. Germany: Verlag der GUC.
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American journal of theoretical and applied statistics*, 5(1), 1-4.

- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33-54.
- Farista, M. K., & Hidayat, M. N. (2025). Persepsi Followers pada Akun Instagram@gooddayid. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi*, 5(2), 245-253.
- Fitriani, A. (2023). Keterbukaan Informasi Publik. *FOKUS: Publikasi Ilmiah Untuk Mahasiswa, Staf Pengajar Dan Alumni Universitas Kapuas Sintang*, 21(1).
- Garrand, T. (2023). *Writing for Interactive Media: Social Media, Websites, Applications, e-Learning, Games (4th ed)*. New York: Routledge.
- Ghony, Djunaidi., Wahyuni, Sri., Almanshur, Fauzan. (2020). *Analisis dan Interpretasi Data Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Refika Aditama
- Given, L. M. (2008). *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. United States of America: SAGE Publications.
- Golder, J. (2018). Constructivism: A paradigm for teaching and learning. *International journal of research and analytical reviews*, 5(3), 678-686.
- Griffin, Em, Leadbetter A., & Sparks, Glenn. (2023). *A First Look at Communication Theory (11th ed)*. New York: McGraw-Hill.
- Gu, C., Lin, S., Wei, W., Yang, C., Chen, J., Miao, W., Sun, J., & Zeng, Y. (2023). How Does Interactive Narrative Design Affect the Consumer Experience of Mobile Interactive Video Advertising? *Systems*, 11(9), 471.
- Haidar, N. F., & Martadi, M. (2021). Analisis Konten Visual Post Instagram Riliv Dalam Membentuk Customer Engagement. *BARIK-Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual*, 2(2), 121-134.
- Hartiningtyas, A. J., & Iflah, I. (2023). Persepsi Followers terhadap Konten TikTok resep_inspirasi_debm. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 192-202.
- Herdiansyah, Haris. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial: Perspektif Konvensional dan Kontemporer*. Jakarta: Salemba Humanika
- Herdiansyah, Haris. (2019). *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*. Depok: Rajawali Pers
- Hikmawati, Fenti. (2020). *Metodologi Penelitian*. Depok: Rajawali Pers
- Ilman, F., & Hadi, S. P. (2024). Implementasi Teori Uses and Gratification pada Instagram Komunitas Parkour Jakarta untuk Memperkuat Kegiatan Promosi.

- Indonesia. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Lembaran Negara RI Tahun 2008 No 61, Tambahan Lembaran RI Nomor 4846. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Kapahang, S. E., Mingkid, E., & Kalesaran, E. R. (2020). Keterbukaan Informasi Publik Pada Dinas Kominfo Pemerintah Kabupaten Minahasa Tenggara. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(1).
- Kasirye, F. (2024). The importance of needs in uses and gratification theory. *Authorea Preprints*.
- Kim, S. E., Kim, H. L., & Lee, S. (2021). How event information is trusted and shared on social media: a uses and gratification perspective. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38(5), 444-460.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel. J. G. (2021). *Theories of Human Communication (12th ed)*. Illinois: Waveland Press.
- Maulana, A., & Hafiz, M. (2024). Peran Konten Interaktif Dalam Membangun Keterlibatan Dengan Pengguna Di Instagram: Tinjauan Adidas Indonesia. *JISPENDIORA Jurnal Ilmu Sosial Pendidikan Dan Humaniora*, 3(1), 175-189.
- Martínez-López, F. J., Aguilar-Illescas, R., Molinillo, S., Anaya-Sánchez, R., Coca-Stefaniak, J. A., & Esteban-Millat, I. (2021). The role of online brand community engagement on the consumer-brand relationship. *Sustainability*, 13(7), 3679.
- Maxwell, J. A. (2018). Collecting Qualitative Data: A. Dalam U. Flick, *The SAGE Handbook of Qualitative Data Collection* (hal. 23). London: SAGE Publications.
- McMillan, S. J. (2010). Exploring Models of Interactivity from Multiple Research. Dalam L. A. Lievrouw, & S. Livingstone, *Handbook of New Media: Social Shaping and Social Consequences of ICTs* (hal. 205). SAGE Publications Ltd.
- Mediafly. (2020). The State of Interactive Content in 2022. *Mediafly.com*. <https://www.mediafly.com/blog/state-of-interactive-content-in-2022/>
- Mere, K., Puspitasari, D., Asir, M., Rahayu, B., & Mas' ud, M. I. (2024). Peran Konten Interaktif dalam Membangun Keterlibatan Konsumen dan Memperkuat Kesetiaan Merek: Tinjauan pada Platform Media Sosial dan Situs Web Perusahaan. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(3), 5455-5556.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.

- Mulyana, Deddy. (2023). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (Edisi Revisi 2)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Murdiyanto, Eko. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi) disertai Contoh Proposal*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat, UPN "Veteran" Yogyakarta Press
- Nababan, S. (2020). Strategi pelayanan informasi untuk meningkatkan keterbukaan informasi publik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 166-180.
- Nugraha, D. A., Priandono, T. E., Ainiyyah, N. F., & Ilham, Y. (2024). Analisis Isi Konten Media Sosial Instagram Pemerintah Indonesia di Tingkat Kementerian dan Lembaga. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, 8(2), 98-108.
- Nurfajriani, W. V., Ilhami, M. W., Mahendra, A., Afgani, M. W., & Sirodj, R. A. (2024). Triangulasi data dalam analisis data kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(17), 826-833.
- Pineda, A., Bellido-Pérez, E., & Barragán-Romero, A. I. (2022). "Backstage moments during the campaign": The interactive use of Instagram by Spanish political leaders. *New media & society*, 24(5), 1133-1160.
- Poodo, F., & Pabulo, A. M. (2024). Peran Konten Kreatif dalam Pemasaran Media Sosial untuk Umkm. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2).
- Prasetyawati, A. (2021). Dualisme dampak pemanfaatan media sosial tiktok dalam humas pemerintah. *Jurnal Komunikasi Global*, 10(2), 229-250.
- Puspitasari, F. (2024). Analisis Desain Konten Visual Terhadap Performa Instagram Universitas Utpadaka Swastika@ utpas. ac. id. *Creativa Scientia*, 1(2), 45-62.
- Putri, Y. M. (2024). Persepsi Followers terhadap Konten Akun Instagram@ pmbunisba_blitar. *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi dan Studi Media*, 13(1), 35-46.
- Rahmau'dina, R. W., Fredico, M., & Pradana, B. C. S. A. (2024). Media Sosial Instagram sebagai Media Komunikasi Interaktif di Grande Garden Cafe. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi (e-ISSN: 2807-6818)*, 4(03), 11-18.
- Rakhmat, J. (1999). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ridwan, S. S., & Sari, W. P. (2023). Analisis Proses Kreatif dalam Pembuatan Konten Interaktif di Media Sosial Instagram Majalah Sunday. *Prologia*, 7(1), 62-70.

- Ridha, N. (2017). Proses penelitian, masalah, variabel dan paradigma penelitian. *Hikmah*, 14(1), 62-70.
- Rifat, G. H., Putri, D. M., Dedeas, A. R., & Kania, D. (2024). Analisis Persepsi Followers Instagram Akun@ Jennierubyjane Sebagai Brand Ambassador Chanel. *COMMTEMPORER: Jurnal Komunikasi Kontemporer*, 1(02), 1-9.
- Rivers, W. L., Peterson, T., & Jensen, J. W. (2003). *Media Massa & Masyarakat Modern*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Rodrigues, D., Sousa, B., Gomes, S., Oliveira, J., & Lopes, E. (2023). Exploring Consumer Behavior and Brand Management in the Automotive Sector: Insights from a Digital and Territorial Perspective. *Administrative Sciences*, 13(2), 36.
- Ruliana, Poppy., Lestari, Puji. (2023). *Teori Komunikasi*. Depok: Rajawali Pers
- Rusni, Suni, B., & Utami, D. (2022). Persepsi Followers Akun @reybaday Mengenai Citra Diri Rey Baday Sebagai Influencer di Kota Pontianak. *Komunika-Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2).
- Sari, A. S., Aprisilia, N., & Fitriani, Y. (2025). Teknik Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif: Observasi, Wawancara, dan Triangulasi. *Indonesian Research Journal on Education*, 5(4), 539-545.
- Shahbaznezhad, H., Dolan, R., & Rashidirad, M. (2021). The role of social media content format and platform in users' engagement behavior. *Journal of Interactive Marketing*, 53(1), 47-65.
- Sobarudin, T. (2025). Menghibur, Cara Keren BMKG Menyampaikan Informasi Cuaca: Ada Pantun dan Banyolan bagi Pejuang Cinta. *Kabariku.com*. Diakses pada 25 Juni 2025 dari <https://www.kabariku.com/2025/03/menghibur-cara-keren-bmkg-menyampaikan-informasi-cuaca-ada-pantun-dan-banyolan-bagi-pejuang-cinta/>
- Sohaib, M., Mlynarski, J., & Wu, R. (2022). Building brand equity: The impact of brand experience, brand love, and brand engagement—A case study of customers' perception of the Apple brand in China. *Sustainability*, 15(1), 746.
- Staletić, N., Štrbac-Savić, S., & Jevremović, M. (2021, September). Interactive content on Instagram business profiles. In *E-business technologies conference proceedings* (Vol. 1, No. 1, pp. 80-83).
- Sugiyono (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryadi, Edi., Darmawan, Deni., Mulyadi, Ajang. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi dengan Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram@ Humasbdg terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118-133.

- Turow, J. (2020). *Media Today: Mass Communication in A Converging World (7th ed)*. New York: Routledge.
- Urdea, A-M., Constantin, C. P., & Purcaru, I-M. (2021). Implementing Experiential Marketing in the Digital Age for a More Sustainable Customer Relationship. *Sustainability*, 13(4), 1865.
- Vredenburg, J. (1983). *Metode dan Teknik Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT Gramedia.
- Wahyuni, Sari (2022). *Qualitative Research Method: Theory and Practice*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Wearesocial. (2024). Digital 2024 Global Overview Report. *Wearesocial.com*. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>.
- West, R. L. & Turner, L. H. (2021). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. McGraw-Hill Education.
- Wibowo, A., Chen, S.-C., Wiangin, U., Ma, Y., & Ruangkanjanases, A. (2021). Customer Behavior as an Outcome of Social Media Marketing: The Role of Social Media Marketing Activity and Customer Experience. *Sustainability*, 13(1), 189.