

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, N. C. (2021). *Strategi engagement media sosial Instagram @Indomusikgram dalam membentuk engagement* (Skripsi, Universitas Multimedia Nusantara). https://kc.umn.ac.id/id/eprint/17353/4/BAB_I.pdf
- Anggriana, E. (2017). Implementasi Model Komunikasi “Shannon And Weaver” Melalui Penyebaran Informasi Kartu Indonesia Sehat–Penerima Bantuan Iuran (Kis-Pbi) Di Kabupaten Donggala. *SOCIAL HUMANITY*, 1(1).
- Budiarsa, Y. T. (2022). Penyebarluasan Pesan Toleransi: Analisis Isi Konten Instagram# Meyakinimenghargai. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 2(2), 97-110.
- 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.
- Duli, N. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Budi Utama. Yogyakarta
- Eriyanto. 2011. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu – Ilmu Sosial Lainnya, Edisi Pertama*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Graham, M., & Avery, E. J. (2013). Government Public Relations And Social Media: An Analysis Of The Perceptions And Trends Of Social Media Use At The Local Government Level. *Public Relations Journal*, 7(4), 1-21.
- Ibrahim, M. M., & Irawan, R. E. (2021). Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Sumber Informasi Pandemi Covid-19. *Jurnal Representamen*, 7(02).
- Irawati, R. (2022). Pengaruh Content Marketing Melalui Instagram Terhadap Brand Image Netflix Di Jakarta Utara/Riana Irawati/25190500/Pembimbing: Tony Sitinjak.

- Kadiasti, R., & Mukaromah, M. (2022). Pendekatan AISAS Dalam Post Instagram Carousel Sebagai Strategi Promosi Pada Museum Rangrawarsita. *Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual*, 15(1), 79-89.
- Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia. (2012). *Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah*. Jakarta: Kementerian PANRB. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/132847/permen-pan-rb-no-83-tahun-2012>
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Mahsun, M. M. M., & Lukmandono, L. (2017). DESAIN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN BERINTEGRASI LAYANAN AKADEMIK DI INSTITUT AGAMA ISLAM SYARIFUDDIN LUMAJANG-JAWA TIMUR. *Prosiding Sains Nasional dan Teknologi*, 1(1).
- Marzella, A., Rizal, E., & Kurniasih, N. (2024). Penggunaan Instagram Sebagai Media Penyebaran Informasi Di Instagram@ Folkative. *Journal Of Sciencetech Research And Development*, 6(1), 1929-1950.
- Rahman, F. A., Munajat, M. D. E., & Novianti, E. (2022). Jurnal Pariwisata Pesona. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 7, 2.
- Rukajat, A. (2018). Pendekatan Penelitian. *Pendekatan Penelitian Kualitatif*, 4.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16(2).
- Sudrajat, T., & Rohida, L. (2022, January). Efek Media Massa Dalam Pembentukan Opini Publik Di Masa Pandemi Covid-19. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial Dan Teknologi (Snistek)* (Vol. 4, Pp. 519-524).

- Suhendar, A. (2020). Keterbukaan Informasi Publik Bentuk Keseriusan Pemerintah Menuju Good Governance (Implementasi Undang Undang Nomor 14 Tahun 2008). *Jurnal Wacana Kinerja: Kajian Praktis-Akademis Kinerja Dan Administrasi Pelayanan Publik*, 13(2), 243-251.
- Widya, A. R. (2021). Meningkatkan Keterlibatan Publik Secara Online Pada Era Open Government Di Media Sosial (Studi Analisis Isi Akun Instagram Badan Pusat Statistik)(Increasing Online Public Engagement In The Era Of Open Government On Social Media (Content Analysis Of Statistics Indonesia's Instagram)). *JURNAL IPTEKKOM. Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi*, 23(2), 185-198.
- Wijaya, C. V., & Paramita, S. (2019). Komunikasi Virtual dalam Game Online (Studi Kasus dalam Game Mobile Legends). *Koneksi*, 3(1), 261-267.
- Yudhyani, E. (2024). Strategi Pemasaran Berbasis Media Sosial Dan Dampaknya Terhadap Brand Awareness. *Prosiding Frima (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 1(7), 1559-1568.
- Zuniananta, L. E. (2023). Penggunaan Media Sosial sebagai Media Komunikasi Informasi Di Perpustakaan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 10(4), 37-42.
- BPSMD Provinsi Jawa Tengah. (2024). *Definisi Infomasi Publik*. https://Ppid.Bpsdmd.Jatengprov.Go.Id/Informasi/View_Definisi_Ip_Page#:~:Text=Informasi%20Publik%20adalah%20informasi%20yang,Informasi%20lain%20yang%20berkaitan%20dengan diakses pada 30 April 2024
- We Are Social. (2020). *Digital 2020: Global digital overview*. <https://wearesocial.com/digital-2020> diakses pada, 26 April 2024
- Marr, B. (2020). *What is engagement and why is it important?* Bernard Marr. <https://bernardmarr.com> diakses pada 26 April 2024