

## DAFTAR PUSTAKA

- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research Fifth Edition*. Los Angeles, USA: SAGE Publications.
- Hardani, d. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Wonosari, Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New Media: a critical introduction Second Edition*. USA and Canada: Routledge.
- Luttrell, R. (2015). *Social Media: How to Engage, Share, and Connect*. London, United Kingdom: Rowman & Littlefield.
- Subadi, T. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Surakarta Muhammadiyah University Press.
- Sugiono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Anshori, M. S., & Hakim, F. L. (2023). Analysis of Information Publication Management on the @semaras\_sia Account Based on TheCircular Model of SOME. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 22-45.
- Carneiro, B., & Costa, H. A. (2022). Digital unionism as a renewal strategy? Social media use by trade union confederations. *Journal of Industrial Relations*, 26-51.
- Hajati, R. P., purbawasari, S., & Hafiar, H. (2018). Manajemen Aktivitas Media Sosial Akun Instagram @Indonesiabaik.Id. *MetaCommunication: of Journal Communication Studies*, 57-75.
- Hanifah, F., & Dzuhrina, I. (2024). Optimasi media sosial Instagram Disdukcapil Sidoarjo sebagai upaya peningkatan kualitas pelayanan publik. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 87-98.
- Izatturrahman, M., Hafiar, H., & Nugraha, A. R. (2023). Pengelolaan aktivitas akun media sosial oleh bagian humas pemerintah Sumedang. *Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial dan Informasi*, 832-849.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 59—68.
- Nuryasin, N. I., & Setyawan, S. (2023). Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran (studi kasus pada akun Instagram @Limeliterentalkamera & @Sololensa). *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial dan Informasi*, 816-831.
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 89-97.
- Tulung, A. A., Suskarwati, S. U., & Abinta, V. C. (2021). Instagram sebagai media government Public Relations Kementerian Komunikasi dan Informatika di masa pandemi Covid 19. *Commed: Jurnal Komunikasi dan Media*, 137-153.

- Annur, C. M. (2024, Februari 27). *Ada 185 Juta Pengguna Internet di Indonesia pada Januari 2024*. Diambil kembali dari Databooks: <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/de7b25bfae5971c/ada-185-juta-pengguna-internet-di-indonesia-pada-januari-2024> \
- Kemp, S. (2024, Februari 21). *Digital 2024: Indonesia*. Diambil kembali dari Datareportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Disperindag. (2025). *Visi Misi*. Diambil kembali dari Dinas Perdagangan: <https://perdagangan.jogjakota.go.id/page/visi-misi>
- Disperindag\_diy. (2025). *Profile instagram @disperindag\_diy*. Diambil kembali dari Instagram: [https://www.instagram.com/disperindag\\_diy/](https://www.instagram.com/disperindag_diy/)