

DAFTAR PUSTAKA

- Aisya, L. (2024). *Persepsi Followers Terhadap Akun Instagram@ infotije Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Pelanggan Transjakarta*. Universitas Negeri Jakarta.
- Azhar, S. (2019). *Pengaruh Terpaan Pemberitaan Terorisme Di Media Online Terhadap Persepsi Mahasiswa Pada Pakaian Syar'i*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Fahmi, D. (2020). *PERSEPSI: Bagaimana Sejatinya Persepsi Membentuk Konstruksi Berpikir Kita*. Anak Hebat Indonesia.
- Jonanca, O. G. (2023). *Persepsi Mahasiswa Terhadap Berita Di Media Sosial Instagram Medantalk*. Universitas Medan Area.
- Kurniawan, M. E. (2024). *Persepsi followers Terhadap Konten Laporan Tindak Lanjut Di Instagram@ Monggolapor Dalam Menangani Aduan*.
- Lestari, P. D., Kahfi, D. S., & Kuncoro, W. (2024). Persepsi Mahasiswa Terhadap Pemberitaan Di Media Online Instagram Pada Akun Harian Bhirawa:(Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya). *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi*, 1(4), 7–17.
- Lestari, R. D. (2020). Jurnalisme Digital Dan Etika Jurnalisme Media Sosial (Studi Pada Akun Instagram @Tempodotco Dan @Tribunjogja). *JURNAL IPTEKKOM Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi*, 2(22), 159–174.
- Nufus, Q., & Sukmawati, A. I. (2024). Persepsi Followers Terhadap Konten

- Perayaan Hari Peduli Sampah Nasional Pada TikTok Pandawara Group.
Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema, 2(6), 442–457.
- Prasetyo, D. (2022). *Strategi Komunikasi Divisi Humas Polri Dalam Mensosialisasikan Program Vaksinasi Covid-19 (Studi Kasus Biro Multimedia, Divisi Humas Polri)*.
- Pratama, A. (2018). *Persepsi Mahasiswa Terhadap Akun Instagram Pariwisata Sumut Dalam Mempromosikan Wisata Alam Sumatera Utara (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)*.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi.
Cakrawala : Jurnal Humaniora, 2(16).
- Waruwu, D. F. M., & Vera, N. (2020). Ujaran Kebencian Di Media Sosial (Studi Netnografi Di Akun Instagram @Prof. Tjokhowie). *AGUNA : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 55–69.