

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Agung Widhi Kurniawan, Z. P. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Ardianto, E. (2018). *Handbook of Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Atmoko, D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Direktorat Jendral Informasi dan Komunikasi Publik, K. K. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah*. Jakarta: Direktorat Jendral Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Ishaq, R. E. (2017). *Public Relations Teori dan Praktik*. Malang: Intrans Publishing.
- Kasali, R. (2005). *Manajemen Public Relation*. Jakarta: Pusaka Utama Grafiti.
- Kriyantono. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kuncoro, R. &. (2011). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- McQuali, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Riduwan. (2010). *Dasar - Dasar Statistik*. Bandung: Alfabeta.
- Sedarmayanti., D. H. (2018). *Komunikasi Pemerintahan*. Bandung: Refika Aditama.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Vera, N. (2016). *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.

SKRIPSI

- Anugrahwesesa, A. (2019). *Efektivitas Komunikasi Akun Twitter @humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Bandung*. Telkom University.
- Barus, A. G. (2021). *Pengaruh Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @bobbyst Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers di Kota Medan*. Universitas Sumatera Utara.
- Ginting, C. B. (2021). *Pengaruh Penggunaan Media Online Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Survei Pada Followers Akun Instagram @medantalk)*. Telkom University.
- H.Djafar, D. M. (2020). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @visitbogor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers*. Telkom University.
- Lamria, N. (2021). *Pengaruh Motif Penggunaan MEDIA Sosial Twitter terhadap Kepuasan Pengguna*. Telkom University.
- Lea, R. (2019). *Pengaruh Penggunaan New Media Terhadap Pemenuhan Kebutuhan (Studi Tentang Media Sosial Facebook Dalam Pemenuhan Informasi di Kalangan Ibu Rumah Tangga)*. Universitas Tarumanegara.

JURNAL

- Angelita Kania Ramdan, d. (2019). *Pengaruh Akun Instagram @temandisabilitas Dalam Meningkatkan Kesadaran Followers Terhadap Difabel*. Inter Komunika.
- Arturo, A. M. (2018). *Using Social Media to Enhance Citizen Engagement with Local Government: Twitter or Facebook ? Sage Journals*.
- Creeber, G. &. (2019). *Digital Cultures : Understanding New Media, Berkshire*. England: Open University Press.
- Delonia O. Cooley, R. (2019). *The Effect of Social Media on Perceived Information Credibility and Decision Making . Sage Journals*.
- Guoying, F. L. (2021). *Effect of information quality on information adoption on social media review platform: moderating role of perceived risk . Science Direct*.
- Pertiwi, A. (2021). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followes*. Universitas Komputer Indonesia.

Philip R. Johnson, S.-U. Y. (2009). Uses and Gratifications of Twitter: An Examination of User Motivies and Statisfacion of Twitter uses . *Research Gate*.

Rusdi, H. &. (2018). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers*. Universitas Tarumanegara.

Solis, B. (2010). *Engage! The Complete Guide for Brands and Bussinesses to Build, Cultivate and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

INTERNET

Dahono, Y. (2021, Februari 15). *Data: Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021*. Diambil kembali dari Berita Satu:
<https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021>

Ishii, K. (2008). Uses and Gratifications of Online Communities in Japan . *OberCom*.

Kemp, S. (2021, Februari 11). *Digital 2021 : Indonesia*. Diambil kembali dari Data Reportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>

Mega. (2017, November 16). *Kota Bandung Kembali Mendapatkan Penghargaan Sebagai Kota Smart City*. Diambil kembali dari PPID Bandung:
<https://ppid.bandung.go.id/kota-bandung-kembali-mendapatkan-penghargaan-sebagai-kota-smart-city/>