

DAFTAR PUSTAKA

- Almaida, F. A., & Nugrahani, R. U. (2019). Analisis Pengelolaan Konten Digital Marketing Media Sosial Institut Fran□Ais Indonesia Bandung. *Journal Acta Diurna*, 15(1), 96. <https://doi.org/10.20884/1.actadiurna.2019.15.1.1578>
- Ananda Maharani, Asep Suryana, & Teddy Kurnia Wirakusumah. (2024). Strategi Pengelolaan Akun Tiktok Edukatif. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 107–124. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i2.924>
- Arviani, H., & Febrianita, R. (2020). E-Health Communication on Instagram Posts: Contents Analysis of Alodokter. *Metacommunication: Journal of Communication Studies*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.20527/mc.v5i1.8019>
- As Alukal Huda Mei Fani, M., Naser Daulay, A., & Harianto Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, B. (2024). Strategi Konten Kreatif Dalam Membentuk Citra Merek Di Media Sosial (Studi Kasus Pada Usaha Konten Kreatif Yelo Studio). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 7(3), 307–318. <https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya307>
- Asfar Irfan. (2019). *Analisis Naratif, Analisis Konten, dan Analisis Semiotik (Penelitian Kualitatif)*. January. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.21963.41767>
- Asmawan, M. C. (2016). *ANALISIS KESULITAN MAHASISWA MENYELESAIKAN SKRIPSI Moh. 4*(June), 2016.
- Cita Zunurahma, F., & Fahrezi, G. (2023). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia Dalam Segmen #Belajarbarengcita. *Bestari: Jurnal Bahasa Dan Sastra Indonesia Serta Pengajarannya*, 1(2), 137–145. <https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/bestari>
- Crewell W. John. (2014). *Qualitative Inquiry & Research Design* (Third).
- Danis Suryadi, & Jupriani Jupriani. (2023). Analisis Konten Visual Pada Akun Instagram New Normal Burger Bar Ditinjau Dari Teori Retorika. *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain Dan Media*, 2(2), 155–166. <https://doi.org/10.55606/jurrsendem.v2i2.1604>
- Denniss, E., Lindberg, R., & McNaughton, S. A. (2023). Nutrition-Related Information on Instagram: A Content Analysis of Posts by Popular Australian

- Accounts. *Nutrients*, 15(10). <https://doi.org/10.3390/nu15102332>
- Doney, J., Wikle, O., & Martinez, J. (2020). Likes, Comments, Views. *Information Technology and Libraries*, 39(3). <https://doi.org/10.6017/ital.v39i3.12211>
- Eliana Johana Rebecca, & Muhammad Aqshel Revinzky. (2024). Designing Brand Guidelines, Content Pillars, and Content Calendar for UMKM Social Media Using Design Thinking Method. *International Journal of Economics, Accounting and Management*, 1(1), 11–21. <https://doi.org/10.60076/ijeam.v1i1.409>
- Gómez-Ortiz, M. J., Domínguez Romero, E., & Bobkina, J. (2023). Instagram as a learning tool to improve technical vocabulary for sports science students. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 32(January). <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2022.100416>
- Haidar, N. F., & Martadi. (2021). ANALISIS KONTEN VISUAL POST INSTAGRAM RILIV DALAM MEMBENTUK CUSTOMER ENGAGEMENT. *Jurnal Barik*, 2(2), 121–134. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Hanafiah, A. N., Wulandari, Y. F., & Himawan, S. (2024). *Peran Konten Edukatif Di Instagram Dalam Memotivasi Tugas Akhir Mahasiswa*. 3(3), 287–299.
- Haryono, C. (2023). *Digital Public Relation: Pemanfaatan Big Data, SEO, CSR, dan Komunikasi Krisis Dalam Kegiatan Public Relation di Era Digital*. Kencana.
- Ideoworks. (2021). *Tips Menghasilkan Visual Konten yang Menarik*. Ideoworks.Id. <https://ideoworks.id/tips-menghasilkan-visual-konten-yang-menarik/>
- Iskandar, I. N. I., & Zarkasi, I. R. (2024). Analisis Naratif Video Viral: Elemen Digital Storytelling dalam Video Ulasan Destinasi Kuliner TikTok. *Prosiding Seminar Nasional Pemberdayaan Masyarakat (SENDAMAS)*, 4(1), 74. <https://doi.org/10.36722/psn.v4i1.3532>
- Ismalia Yusuf Rangkuti, Yanti Setianti, W. W. (2024). *KomunikA*. 20(02), 36–45. <https://doi.org/10.32734/komunika.v20i02.16809>
- Julyanto, M. R., & Ismail, O. A. (2023). Strategi Media Sosial Instagram Prfmnews. *Telkom University*, 10(4), 17.

- Lisanto, A. G., Zuhri, S., Claretta, D., & Suratnoaji, C. (2023). PERAN AKUN INSTAGRAM @dr.tirta SEBAGAI INFLUENCER DALAM EDUKASI PENCEGAHAN COVID-19 DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (ANALISIS ISI KONTEN INSTAGRAM @dr.tirta). *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 1–15.
- Maulana, H. F., & Hidayatullah, M. (2025). ANALISIS KONTEN INSTAGRAM @UM _ BUTON SEBAGAI TRANSFORMASI INFORMASI Universitas Dharmawangsa Universitas Dharmawangsa. *Jurnal Network Media* Vol: 8 No.1 Februari 2025 | ISSN (P) : 2569 – 6446 | ISSN (E) : 2722-9319, 1, 115–123.
- Mauli, I. (2024). *Review: Perbedaan Platform Media Sosial Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, dan Twitter*. <https://iam.id/blog/Review:-Perbedaan-Platform-Media-Sosial-Facebook,-Instagram,-LinkedIn,-TikTok,-dan-Twitter>
- Mboeik, C., Ana Andung, P., & Mandaru, S. S. E. (2020). Praktik Digital Public Relations dalam Upaya Meningkatkan Citra Positif Perusahaan PT. PLN (Persero) UIW NTT. *Jurnal Politikom Indonesiana*, 5(2), 40–54. <https://doi.org/10.35706/jpi.v5i2.4207>
- Michael, M., & Rusdi, F. (2024). Komunikasi Instagram Narasi.tv dengan Generasi Z melalui Empat Pilar Media Sosial. *Koneksi*, 8(1), 75–82. <https://doi.org/10.24912/kn.v8i1.27559>
- N, E. A. P., Ajeng, K., Yustiono, D. A., & Amalia, D. (2023). Analisis Konten Instagram@wirawirisuroboyo sebagai Media Komunikasi dan Informasi. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(10), 4607–4617.
- Nafisah, F. A. (2024). Analisis Narasi Konten Kegiatan Karyawan PT Telkom Indonesia Pada Media Sosial Instagram @livingintelkom. *Sospol*, 10(1), 98–110. <https://doi.org/10.22219/jurnalsospol.v10i1.32342>
- Nafsyah, A. S., Maulidyah, S. R., Nurlia, A. S., & Adhyanti, W. P. (2022). Analisis Konten Media Sosial Instagram By.U Sebagai Media Penyebaran Informasi & Komunikasi. *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 1. <https://doi.org/10.35842/massive.v2i2.57>
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial Perspektif Komunikasi ,Budaya, dan*

Sosioteknologi. Simbiosis Rekatama Media.

- Pamungkas, R. A. (2025). *15 Fitur Instagram Paling Berguna, Berikut Fungsinya*.
<https://mediaindonesia.com/teknologi/737706/15-fitur-instagram-paling-berguna-berikut-fungsinya>
- Putri, R., & Sulistyanto, A. (2020). Analisis Isi Konten Edukasi Funfact Pada Akun Tiktok @Buiramira. *Jurnal Ilmu Komunikasi Media Sosial*, 4(1), 48–64.
- Raisa, M., & Wardyaningrum, D. (2024). Analisis Konten Instagram Ecollabo8 dalam Kampanye Green Economy. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 5(2), 112. <https://doi.org/10.36722/jaiss.v5i2.2944>
- Riyanto, A. D. (2024). *Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024*. We Are Social. https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/#google_vignette
- Safko, L., & Brake, D. K. (2009). The Social Media Bible: Tactics, Tools & Strategies for Business Success. In *Skin & Allergy News* (Vol. 43, Issue 10). [https://doi.org/10.1016/s0037-6337\(12\)70402-3](https://doi.org/10.1016/s0037-6337(12)70402-3)
- Sherin, N. (2024). *Apa itu digital public relations: bagaimana memahami dan cara kerjanya*. <https://bdpr.telkomuniversity.ac.id/apa-itu-digital-public-relations/>
- Sinaga, S., Muqsith, M. A., & Ayuningtyas, F. (2024). Instagram sebagai Media Informasi Digital Perpustakaan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 232–253. <https://doi.org/10.33822/jep.v7i1.5444>
- Sugiarto, E. (2015). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi dan Tesis*. Suaka Media.
- Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>
- Url, L., & Handling, C.-. (2023). *Analyzing the Communication, Informatics and Statistics Agency’s Social Media Strategy in Preventing Hoax at Wajo Regency*

(Vol. 3, Issue 1). Atlantis Press SARL. <https://doi.org/10.2991/978-2-494069-07-7>

Wahyuti, T. (2023). *Produksi Konten Digital* (Pertama, Vol. 11, Issue 1). PT Rekacipta Proxy Media.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbe.co.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Yuniati, U., Ernawati, R., Prasetyaningtyas, P., Muthmainnah, H. N., Huda, A. N., Utami, C., Produk, I., Pemasaran, O. M., & Sorgum, O. (2024). *OPTIMASI MEDIA PEMASARAN MELALUI PENYUSUNAN*. 5(5), 10077–10085.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31004/cdj.v5i5.36144>

We Are Social, and Hootsuite. 2021. “Digital 2021 Global Overview Report.”
<https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital/>