

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Sabaruddin, Adnan, R., & Maulid, M. (2024). Kolaborasi Pemerintah dan Masyarakat Dalam Pengembangan Obyek Wisata Tanjung Malaha Kabupaten Kolaka. *Jurnal Publik*, 18(01), 48–61. <https://doi.org/10.52434/jp.v18i01.353>
- Ahmad, R. N., & Wahyuni, I. I. (2024). Analysis of Arief Muhammad's Organic Electronic Word of Mouth In Promoting Prepp Studio Through Instagram Social Media. *Indonesian Journal of Humanities and Social Sciences*, 5(3), 1271–1284. <https://doi.org/10.33367/IJHASS.V5I3.6003>
- Al Rahmah, F., Hafiar, H., & Ryanto Budiana, H. (2022). Pengelolaan Aktivitas Media Sosial Instagram @cimahikota oleh Pemerintah Kota Cimahi. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(1), 128–139. <https://doi.org/10.33366/jkn.v4i1.145>
- Angeline, A., & Setyanto, Y. (2023). Penerapan Strategi Public Relations dalam Mempertahankan Citra Baik Perusahaan (Studi terhadap Helios Capital Asia). *Kiwari*, 2(2), 192–200. <https://doi.org/10.24912/KI.V2I2.23997>
- Anggraeni, N. S. P., & Rohimakumullah, M. A. A. (2022). Pengaruh Kualitas Informasi Akun Instagram @Kotajakartapusat Terhadap Citra Pemerintah. *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora*, 5(2), 418–427. <https://doi.org/10.31539/kaganga.v5i2.4315>
- Azzahra Alamsyah & Lilik Sumarni. (2024). Kampanye Public Relations (Edukasi dan Kolaborasi) dalam Tingkat Kesadaran Masyarakat Akan Penggunaan Air Bersih: (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Sobat Air Jakarta). *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 2(3), 331–345. <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v2i3.3954>

- Batubara, J. (2017). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling. *JURNAL FOKUS KONSELING*, 3(2), 95–95. <https://doi.org/10.26638/jfk.387.2099>
- Candrawati, H. (2022). Membangun Komunitas Produk melalui Media Sosial pada Bisnis Masakan Padang, Indonesia. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah FDIK IAIN Padangsidempuan*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.24952/tad.v4i1.5185>
- Charissa, A. N. (2022). SOCIAL MEDIA MARKETING STRATEGY THROUGH INSTAGRAM AND FACEBOOK FOR MSMES IN SURABAYA CITY. *Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed-International Journal*, 6. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur. (2024). *Nilai Keterbukaan Informasi Publik Surabaya Terus Meningkat, Komitmen Jadi Kota Informatif- Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur*. <https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/nilai-keterbukaan-informasi-publik-surabaya-terus-meningkat-komitmen-jadi-kota-informatif>
- Dr. Sudaryono. (2018). *Metodologi penelitian*. Rajawali Pers.
- Haryoko, S., Bahartiar, & Arwadi, F. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*. Badan Penerbit UNM.
- Hidayat, D., Gustini, L. K., & Dias, M. P. (2020). Digital Media Relations Pendekatan Public Relations dalam Menyosialisasikan Social Distancing di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 257–257. <https://doi.org/10.31315/jik.v18i3.3575>
- Intan Mariezka, F., & Hafar dan Yustikasari, H. (2023). Social Media Instagram as a Tool to Build a Reputation for Disaster Care (Study on The PT Pertamina Disaster

- Management CSR Program). *Nyimak: Journal of Communication*, 7(2), 239–256.
<https://doi.org/10.31000/NYIMAK.V7I2.8390>
- Iqramullah, S. A. (2022). *EFEKTIVITAS PENYEBARAN INFORMASI PUBLIK OLEH DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA DI KABUPATEN SOPPENG* [Diploma, Institut Pemerintah Dalam Negeri]. <http://eprints.ipdn.ac.id/10383/>
- Jamalullail, J., Safira, F., & Hamdi, H. (2023). The Government Communication Strategy through Social Media to Increase Public Awareness. *Nyimak: Journal of Communication*, 7(2), 131–146. <https://doi.org/10.31000/NYIMAK.V7I2.7985>
- Kevi, R., Vernanda, W., Fridha, M., Palupi, T., Cahyo, B., & Pradana, S. A. (2022). Manajemen Kesan DINKOMINFO Surabaya Pada Instagram Bangsa Surabaya Dalam Membentuk Citra Sebagai Media Informasi. *Seminar Nasional Hasil Skripsi*, 1(01), 69–73.
- Lestari, A. P., Al, M., & Rohimakumullah, A. (2022). Instagram Management Strategy as a Public Information Media by The Government of Bogor City During Covid-19 Pandemic. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 26–34.
<https://doi.org/10.21070/KANAL.V11I1.1686>
- Luttrell, R. (2022). *Social Media: How to Engage, Share, and Connect*.
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/191689/slug/social-media-how-to-engage-share-and-connect.html>
- Mccarthy, T. (1981). Communication and the Evolution of Society JUrger Habermas Introduction by. *Contemporary Sociology a Journal of Reviews*, 10(4), 585–585.
- Mochamad Nashrullah, O., Okvi Maharani, Sp., Abdul Rohman, Sp., Eni Fariyatul Fahyuni, Sp., Nurdyansyah, I., & Sri Untari MPd, R. (2023). *METODOLOGI*

PENELITIAN PENDIDIKAN (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data) Diterbitkan oleh UMSIDA PRESS.

Moleong, L. J. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (37th ed., p. 174). Rosda.

Morrow, V. (2022). Social storytelling in a post-pandemic world: Four content pillars to build relevant authenticity with today's social consumer. *Journal of Digital and Social Media Marketing*, 9(4), 290–297. <https://doi.org/10.69554/HXFF1065>

Muslih, M. (2016). *Filsafat Ilmu, Kajian Atas Asumsi Dasar, Paradigma dan Kerangka Teori Ilmu Pengetahuan* (p. 93). Yogyakarta: LESFI.

Nurfitri, Kusumaningrum, R., & Ramdhani, M. (2024). Strategi Komunikasi Humas Dispendukcapil Surabaya Dalam Meningkatkan Citra Positif Pelayanan Adminduk Melalui Instagram @swargaloka.sub. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 14–25. <https://doi.org/10.35326/MEDIALOG.V7I2.5730>

Ompih, A. F. P. (2021). *Penerimaan Komunitas Into the Light Indonesia Mengenai Kesehatan Mental Dalam Web Series “It’s Okay Not to be Okay” / Anastasia Felicia Pratiwi Ompih / 61170184 / Pembimbing: Altobeli Lobodally.*

Peraturan Walikota PERWALI Nomor 82 Tahun 2021 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Uraian Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya. (n.d.). <https://jdih.surabaya.go.id/peraturan/3953>

Pratiwi, D. A., & Dunan, A. (2021). Communication Strategy Of Government Public Relations Depok City In Managing Covid-19 Information During Pandemic On Instagram. *International Journal of Educational Research & Social Sciences*, 2(4), 891–898. <https://doi.org/10.51601/IJERSC.V2I4.90>

- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Rahmadi, R. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian* (Syahrani, Ed.; Cet 1, p. 61). Antasari Press.
- Rahmansyah, C., Jurnal, J. :, Sosial, I., Pendidikan, D., & Dianita, I. A. (2024). Pengaruh Fitur Media Sosial Instagram @Aerostreet terhadap Brand Perception. *JURNAL SYNTAX IMPERATIF: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 5(4), 681–691. <https://doi.org/10.36418/SYNTAXIMPERATIF.V5I4.463>
- Riyadi, I., & Chandra, A. (2022). Pola Komunikasi Pemerintah Kabupaten Baturetno, Kapanewon Banguntapan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Masyarakat dan Desa*, 86-104.
- S, A. Y. K. A., Setyowati, L., Zulfika, G., & Sulistiyawan, E. (2024). Efektivitas Penggunaan Influencer dalam Strategi Pemasaran Digital. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis Dan Digital*, 1(4), Article 4. <https://doi.org/10.61132/jimakebidi.v1i4.362>
- Safko, Lon., & Brake, D. K. . (2009). *The social media bible: Tactics, tools, and strategies for business success*. 821–821.
- Sholihah, A. (2024). Teori Kritis dalam Paradigma Komunikasi Jurgen Habermas. *MANTHIQ: Jurnal Filsafat Agama Dan Pemikiran Islam*, 8(1), Article 1. <https://doi.org/10.29300/mtq.v8i1.4860>
- 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>

Studi, P., Komunikasi, I., Dakwah, F., Komunikasi, D., Ampel, S., Yani, S. J. A., Surabaya, J., Timur, I., & Cahyani, A. M. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PEMERINTAH KOTA SURABAYA DALAM MELAYANI DAN MENGGALI POTENSI MASYARAKAT MELALUI MEDIA SOSIAL. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1). <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK>

Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Studi Kasus (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, & Kombinasi: Vol. Vol.1*. CV ALFABETA.

Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @HUMASBDG TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V5I2.5143>

UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 14 TAHUN 2008 TENTANG. (2008).

Yogantari, M. V., & Ariesta, I. G. B. B. B. (2021). KAJIAN PENGARUH COPYWRITING KREATIF TERHADAP IDENTITAS BRAND KEDAI KOPI TAKEAWAY DI DENPASAR. *Jurnal Nawala Visual*, 3(1), 8–16. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v3i1.160>

Yuli Ernawati, F., Novandalina, A., Budiyo, R., Nur, H., Sari, I., Tinggi, S., & Semarang, I. E. (2022). ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF LOCATION, INTEREST RATE, SERVICE, AND PROMOTION ON CUSTOMER DECISIONS IN LOAN MAKING

(Studies at PT. BPR BKK Tegal City). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(4).
<https://doi.org/10.29040/IJEBAR.V6I4.6676>