

DAFTAR PUSTAKA

- Adiestiya, Y. (2021). Strategi Komunikasi Tim Publikasi Subkomisi Media Baru dalam Memperbaiki Citra Lembaga Sensor Film RI. *Repository UPN Veteran Jakarta*.
- Ati, N. K. (2018). Pengantar Konsep Informasi, Data, dan Pengetahuan. In N. K. Sri Ati, *Dasar-dasar Informasi* (pp. 1-32). Repository UT. Retrieved from <http://repository.ut.ac.id/id/eprint/4042>
- Cahyani, A. M. (2020). Strategi Komunikasi Humas Pemerintahan Kota Surabaya dalam Melayani dan Menggali Potensi Masyarakat melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 1-16.
- Effendy, O. U. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fandy Tjiptono, G. C. (2018). Penggunaan Instagram dalam Mempromosikan Cafe Cinnamon Sultanalauddin Makassar. *Pemasaran Strategik edisi 2*.
- Fandy, G. (2012). Penggunaan Instagram dalam Mempromosikan Cafe Sultanalauddin Makassar. *Pemasaran Strategik*, Edisi 2.
- Fitriani, Y. (2017). Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial sebagai Sarana Penyebaran Informasi bagi Masyarakat. *LPPM Bina Sarana Informatika*, 19(2), 148-152.
- Indah, C. N. (2014). Perilaku Penemuan Informasi Mahasiswa Baru. *Jurnal Unair*, 41-60.
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Listianingrum, Poerana, Arindawati. (2021). Strategi Komunikasi Melalui Media Instagram dalam Memberikan Informasi kepada Mahasiswa. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 4(1), 11-23.
- Lubis, Alisa, dkk. (2023). Model Perilaku Pencarian Informasi: Analisis Teori Perilaku. *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(3), 1006-1015.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Mulyati A, S. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Hubungan Masyarakat.
- Nasrullah, D. R. (2020). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Nazira, N. N. (2023). Studi Analisis isi Program #Plastifmartcities sebagai dukasi Lingkungan Pada Instagram @wwf_id. *Repository UPN Veteran Jakarta*.
- Pandora, R. T. (2018). Strategi Pengelola Media Sosial Instagram Komunitas Ketimbang Ngemis Tangerang. *Repository Universitas Sultan Ageng Tirtayasa*.
- Prajarini, D. (2020). *Media Sosial Periklanan - Instagram*. Sleman: CV Budi Utama.
- PSKP Kemdikbud. (2023, 9 30). *Instagram*. Retrieved from pskp.kemdikbud: https://www.instagram.com/p/CxzUH5ipj4O/?img_index=1
- PSKP Kemdikbud. (2023, 11 8). *Instagram*. Retrieved from pskp.kemdikbud: <https://www.instagram.com/pskp.kemdikbud/>
- PSKP Kemdikbud. (2023, 10 30). *Instagram*. Retrieved from pskp.kemdikbud: <https://www.instagram.com/p/CzAyb7tpb6b/>
- Purnama, R. (2021). Model Perilaku Pencarian Informasi (Analisis Teori Perilaku Pencarian Informasi Menurut David Ellis). *Pustaka Karya*, 9(1), 10-23.
- Putri & Sutarjo. (2023). Strategi Humas Pemerintahan Kota Bandung dalam Mengelola Media Sosial Instagram @humas_bandung. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(5), 3198-3205.
- Rahmayanti, M. N. (2020). Strategi Komunikasi PT. Mitra Inovasi Gemilang dalam Menyampaikan Pesan Iklan melalui Mobile LED Ming. *Repository UPN Veteran Jakarta*.
- Rivai, R. (2011). Perilaku Pencarian Informasi Pejabar di Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Negeri Ambon. *Tesis Universitas Indonesia*.
- Rumata, V. M. (2017). Perilaku Penemuan dan Penyebaran Informasi Publik bagi Masyarakat Kota dan Desa. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 20(1), 91-106.
- Solihin, Awaliyah & Shofa. (2021). Pemanfaatan Twitter Sebagai Media Penyebaran Informasi Oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Fauzi. *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JPIPS)*, 13(1), 52-58. Retrieved from <http://e-journal.upr.ac.id/index.php/JP-IPS>
- Subekti, P. M. (2010). *Teori & Praktik Peneusuran Informasi (information retrieval)*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suryana, D. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran di GagasMedia melalui Media Sosial Instagram dalam Membentuk Brand Image. *Repository UPN Veteran Jakarta*.

- Syahrizal, M. F. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Strategi Pemasaran. *Repository Universitas Islam Indonesia*.
- Taufiq, R., Muttaqin, I., Mukhofa, I., & Effendi, Y. (2020). *Sistem Informasi Manajemen; Konsep dasar; analisis dan metode Pengembangan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tim Analis Sekretaris Jenderal. (2022). *Rencana Strategis PSKP 2022-2024*. Jakarta: Pusat Standar dan Kebijakan Pendidikan.
- Widiyastuti. (2016). Perbandingan Teori Perilaku Pencarian Informasi menurut Ellis, Wilson, dan Kuhlthu. *Jurnal Pustaka Budaya*, 3(2), 51-64.
- Wilson, T. D. (1981). On User Studies and Information Needs. *Journal of Documentation*, 62(6), 658-670.
- Wilson, T. D. (1996). Human Information Behaviour. *Informing Science*, 3(2), 49-55.
- Wilson, T. D. (1997). Information Behaviour: an Interdisciplinary Perspective. *Information Processing & Management*, 33(4), 551-572.