

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2009). *Effective public relations* (10th ed.). Pearson.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Holt, Rinehart and Winston.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Löffler, E., & Vintar, M. (2014). *Improving the quality of East and West European public services*. Ashgate Publishing.
- Matthew, M. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. SAGE Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Phua, J., Jin, S. V., & Kim, J. J. (2017). Uses and gratifications of social networking sites for bridging and bonding social capital: A comparison of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat. *Computers in Human Behavior*, 72, 115–122. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.02.041>
- Rachmawati, E. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Graha Ilmu.
- Safko, L., & Brake, D. K. (2009). *The social media bible: Tactics, tools, and strategies for business success*. John Wiley & Sons.
- Sahir, S., & Syafrida. (2021). *Metode penelitian*. Prenada Media.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian pendidikan*. Alfabeta.
- Widodo, S., & Nuryana, A. (2021). Media sosial dalam dinamika komunikasi digital. *Jurnal Komunikasi Kontemporer*, 9(2), 77–90.
- Widoyoko, E. (2014). *Teknik evaluasi instruksional*. Pustaka Pelajar.
- Yin, R. K. (2016). *Qualitative research from start to finish* (2nd ed.). Guilford Publications.

## Jurnal

- Abdilah, R., & Purnamasari, D. (2024). Efektivitas penyebaran informasi publik melalui Instagram oleh Diskominfo Kabupaten Karawang. *Moderat*, 10(2), 155–168. <https://doi.org/10.25157/moderat.v10i2.3682>
- Aji, G., Harahap, M., & Sari, D. (2023). ‘Interaktivitas Media Sosial Pemerintah untuk Layanan Publik’, *Commentate: Journal of Communication Management*, 4(2), pp. 215–227.
- Anggraeni, T. (2022). Media sosial dan perubahan komunikasi publik. *Jurnal Komunikasi Digital*, 4(1), 45–57.
- Damayanti, N., Kusuma, H., & Rahman, A. (2024). Interaktivitas media sosial audio dan keterlibatan komunitas daring. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 9(1), 67–82.
- Diasicha, R., & Khotimah, H. (2025). Strategi dan optimalisasi Instagram sebagai media layanan informasi publik oleh PPID Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2). <https://doi.org/10.63447/jimik.v6i2.1368>
- Fauzan, R., & Rahmawati, A. (2024). Penggunaan Instagram sebagai media komunikasi pemerintah dalam sosialisasi prosedur pembuatan paspor. *NeoRes Public Review*, 5(2), 122–134. <https://doi.org/10.52423/neores.v5i2.233>
- Lathifah, R., Utami, D., & Prasetyo, Y. (2024). Kolaborasi media sosial pemerintah daerah dalam melawan hoaks. *Jurnal Literasi Digital*, 5(2), 120–134.
- Lestari, F., & Rohimakumullah, A. (2022). Strategi pengelolaan Instagram sebagai media informasi publik oleh Pemerintah Kota Bogor selama pandemi COVID-19. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 45–59. <https://doi.org/10.21070/kanal.v11i1.1686>
- Pradana, B., & Susanti, R. (2020). Transformasi media sosial dalam komunikasi publik di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 34–46.
- Putra, R.H. & Prabadhi, I.A. (2020). ‘Pemanfaatan Infografis dalam Komunikasi Pemerintahan di Bidang Keimigrasian’, *Tematics: The Journal of Multidisciplinary Studies*, 1(2), pp. 95–110.
- Putri, F., & Winarto, H. (2023). Fungsi media sosial dalam komunikasi digital pemerintah. *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, 5(2), 88–97.
- Rohim, A., & Adi, P. (2021). Media sosial dan citra pemerintah daerah. *Jurnal Politik dan Komunikasi*, 12(2), 55–69.

Suharyanti, E., & Lestari, A. (2022). Hubungan literasi digital pelaku usaha dengan kepatuhan regulasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 4(2), 133–145.

Syarifudin, F., & Dharmawan, H. (2025). Efektivitas pemanfaatan Instagram @kominfobogor sebagai media informasi untuk publik. *Jurnal Studi Komunikasi*, 6(1). <https://doi.org/10.36085/jsikom.v6i1.8234>

Wulandari, A. (2022). Efektivitas akun Instagram @bpom\_ri dalam edukasi publik. *Jurnal Komunikasi Publik*, 7(1), 23–34.

## Website

Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2025, Februari). *BPOM intensifkan pengawasan: Rp31,7 miliar kosmetik ilegal ditemukan, influencer diminta hati-hati dalam promosi*. Diakses pada 20 April 2025 dari <https://www.pom.go.id/siaran-pers/bpom-intensifkan-pengawasan-rp31-7-miliar-kosmetik-ilegal-ditemukan-influencer-diminta-hati-hati-dalam-promosi>

BPOM RI. (2023). *Laporan tahunan Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia*. Diakses pada 20 Mei 2024 dari <https://www.pom.go.id>

Instagram Business. (2023). *Instagram insights and features for business*. Meta Platforms Inc. Diakses pada 20 April 2025 dari <https://business.instagram.com>

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2017). *Pedoman registrasi dan pengawasan obat tradisional, suplemen kesehatan, dan kosmetik*. Diakses pada 20 April 2025 dari <https://www.kemkes.go.id>

Kominfo. (2023). *Laporan hoaks nasional 2023*. Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. Diakses pada 20 April 2025 dari <https://www.kominfo.go.id>

Media Indonesia. (2022, Juni 15). Konsumsi suplemen meningkat 40 persen pasca pandemi. Diakses pada 20 April 2025 dari <https://mediaindonesia.com>

We Are Social. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. We Are Social & Meltwater. Diakses pada 20 April 2025 dari <https://wearesocial.com>