

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bari, Farzana. (2010). *Partisipasi Perempuan dalam Politik dan Pemerintah*. Jakarta: UNDP Indonesia.
- DJPK. (2017). *Buku Profil Direktorat Jenderal Perimbangan Keuangan*. Jakarta: DJPK.
- Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., & Wilis, P. (2011). *Budaya, Media, Bahasa*. Yogyakarta: JALASUTRA.
- Haroen, Dewi. (2014). *Personal Branding Kunci Kesuksesan Anda Berkiprah di Dunia Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hasan, Kamaruddin. (2016). *Bahan Ajar Handout Komunikasi Politik*. Aceh: Universitas Malikussaleh.
- Ida, Rachma. (2014). *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya Edisi Pertama*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Keller, Kevin Lane. (2013). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity Fourth Edition*. Essex: Pearson Education Inc.
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Oktarina, Y., & Abdullah, Y. (2017). *Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Seran, Sirilius. (2020). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Simarmata, Nenny Ika Putri. dkk. (2021). *Metode Penelitian Untuk Perguruan Tinggi*. Medan: Penerbit Yayasan Kita Menulis.

- Suparno, Paul. (2008). *Riset Tindakan Untuk Pendidik*. Jakarta: Penerbit PT Grasindo.
- Soewardikoen, Didit Widiatmoko. (2021). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual Edisi Revisi*. Yogyakarta: Penerbit PT Kanisius.
- West, R. L., & Turner, L. H. (2018). *Introducing Communication Theory: Analysis And Application, Sixth Edition*. New York: McGraw-Hill Education.

Jurnal & Artikel Ilmiah

- Ayuningtiyas, O., Nurchayati, Z., & Hariyani, N. (2020). Analisis Pemaknaan Konten Instagram @unmermadiun dalam Membangun Makna Edukasi Pada Mahasiswa FISIP Universitas Merdeka Madiun. *Paradigma: Jurnal Filsafat, Sains, Teknologi, dan Sosial Budaya*, 26(1), 71-86.
- Azhari, M., & Apriadi. (2020). Analisis Resepsi Followers Akun Instagram @Maknews pada Konten Religi #Jumatberkah. *Kaganga Komunika Journal of Communication Science*, 2(1), 12-22.
- Dunan, A., & Mudjiyanto, B. (2020). The Republic of Indonesia Government Public Relations Communication Strategy In The Era of The Industrial Revolution 4.0. *JATI-Journal of Southeast Asian Studies*, 25(1), 58-78.
- Ewing, M. T., & Napoli, J. (2005). Developing and Validating A Multidimensional Nonprofit Brand Orientation Scale. *Journal of Business Research*, 58, 841– 853.
- Harumike, Y. D. N., & Huda, A. M. (2018). Model Siaran Radio Interaktif dalam Waspada Penyakit Difteri Kembali Serang Warga Kabupaten Blitar (Analisis Resepsi Program Radio Persada “Hallo Bupati”). *Prosiding Nasional*, 1(1), 207-222.
- Herawati, Nyoman Trisna. (2017). Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa serta Faktor-faktor yang Mempengaruhinya. *Proceeding SENARI*, 5, 131-137.
- Karsono, Purwanto, Salman, A. M. B. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(02), 869-880.

- Mistianti, D. I., & Anggreni, L. S. (2018). Instagram dan Kosmetik Remaja Wanita (Pengaruh Gaya Hidup *Brand Minded* dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian *Online* Kosmetik Impor pada akun instagram @berstore_id di Surakarta pada tahun 2017). *Jurnal Komunikasi Massa*, 1(1), 1-14.
- Rooney, Joseph Arthur. (2016). Branding: a trend for today and tomorrow. *Journal of Product & Brand Management*, 4(4), 48-55.
- Saputro, A. W, Sunarto, S., & Lestari, S. B. (2013). Resepsi Pemirsa Tentang Diskriminasi Gender dalam Tayangan Kakek-Kakek Narsis di Trans TV. *Interaksi Online*, 1(3), 1-13.
- Setiawan, H., & Santoso, P. (2013). Model Optimalisasi Peluang Pemanfaatan Media Jejaring Sosial dalam Implementasi *E-Governance* di Indonesia. *Seminar Nasional Informatika (SEMNASIF)*, 1(1), 147-154.
- Shambodo, Yoedo. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Khalayak Mahasiswa Pemandang Ugm Terhadap Siaran Pawartos Ngayogyakarta Jogja TV. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(2), 98-110.
- Suryani, Any. (2013). Analisis Resepsi Penonton atas Popularitas Instan Video Youtube 'Keong Racun' Sinta dan Jojo. *The Messenger*, 5(1), 39-45.
- Tafesse, W., & Wood, B. P. (2021). Followers' Engagement With Instagram Influencers: The Role of Influencers' Content and Engagement Strategy. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 1-9.
- Wijaya, Bambang Sukma. (2018). Governmental Branding as Strategy to Build Public's Trust, Loyalty, and Participation. *Journal Communication Spectrum: Capturing New Perspectives in Communication*, 8(2), 232-255.
- Zubaidah, Siti. (2010). Berpikir Kritis: Kemampuan Berpikir Tingkat Tinggi yang dapat Dikembangkan Melalui Pembelajaran Sains. *Makalah disajikan pada Seminar Nasional Sains, Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya*. Surabaya: 16 Januari 2010.

Peraturan dan Dokumen Publik Lainnya

Pemerintah Indonesia. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik. Jakarta: Sekretariat Negara.

Kementerian Keuangan. (2021). Peraturan Menteri Keuangan Nomor 118/PMK.01/2021 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Keuangan. Jakarta: Sekretariat Jenderal Kementerian Keuangan.

Skripsi

Almahirah, Gesy. (2019). *Persepsi Masyarakat terhadap Penyebaran Isu Penculikan Anak Umur Lima Tahun di Media Sosial Facebook di Desa Bangun Jaya Kecamatan Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir*. [Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang], Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia.

Situs Web

Ambar (2022). Teori Sosial Kognitif – Asumsi – Konsep. <https://pakarkomunikasi.com/teori-sosial-kognitif>, diakses tanggal 11 Februari 2022.

#CeritaDesa: Penyaluran BLT Desa di Berbagai Desa. <https://www.instagram.com/p/COIs2ccBDfp/>, diakses tanggal 9 Oktober 2021.

Cerita Dana PK2UKM 2020. <https://www.instagram.com/p/CK0iXdrIV31/>, diakses tanggal 9 Oktober 2021.

Dialog Indonesia Bicara Menyoroti Nota Keuangan 2022. <https://www.instagram.com/p/CSqplveBV6H/>, diakses tanggal 9 Oktober 2021.

Foxwell, Bella. (2021). What is a Good Engagement Rate on Instagram (& How to Achieve it!). <https://blog.iconsquare.com/what-is-a-good-engagement-rate-on-instagram-how-to-achieve-it/>, diakses pada 9 Oktober 2021.

Inovasi AIFA meraih TOP 45 Pelayanan Informasi Publik Terpuji KIPP 2021.

<https://www.instagram.com/p/CR6Kj16hrQ0/>, diakses tanggal 9 Oktober 2021.

Instagram @ditjenpk. <https://www.instagram.com/ditjenpk/>, diakses tanggal 9 Oktober 2021.

Instagram *Engagement Calculator*. <https://phlanx.com/engagement-calculator>, diakses tanggal 9 Oktober 2021.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). <https://kbbi.web.id/>, diakses tanggal 22 Januari 2022.

Kebijakan Dana Alokasi Khusus Nonfisik 2022. <https://www.instagram.com/p/CUwbAyZBuvd/>, diakses tanggal 9 Oktober 2021.

Kemp, Simon (22 April 2021). Digital 2021: 60 Percent Of The World's Population Is Now Online. <https://wearesocial.com/blog/2021/04/60-percent-of-the-worlds-population-is-now-online/>, diakses pada 9 Oktober 2021.

Mari kita jaga dan kawal bersama #UangKita, demi perbaikan daerah kita. <https://www.instagram.com/p/CToR4WEBIxG/>, diakses tanggal 9 Oktober 2021.

Pembahasan RUU Perubahan Kedua UU Otsus Papua. <https://www.instagram.com/p/CRQ1mbdhpdl/>, diakses tanggal 9 Oktober 2021.

Wirajaya, Daniel. (2021). Transformasi Budaya Jangan Hanya Pencitraan. <https://content.gmlperformance.com/insight/transformasi-budaya-jangan-hanya-pencitraan>, diakses tanggal 24 Januari 2022.