

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Ahmad, J. (2015). *Metode Penelitian Administrasi Publik Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Gava Media.
- Ardial, H. (2022). *Paradigma dan model penelitian komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asdar, M. (2021). *Komunikasi Di Era Digital*. Makassar: Tohar Media.
- Book, T. S., & Affandi, R. (2019). *How To Win Instagram*. Yogyakarta: Stiletto Book.
- Bungin, B. (2014). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Hatees, B. (2013). *Ulat di Kebun Polri*. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Indra, I. M., & Cahyaningrum, I. (2019). *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah* (1st ed.). Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Kepolisian Daerah Provinsi Jawa Barat. (2022). *Arsip Kepolisian Daerah Provinsi Jawa Barat*. Bandung: Polda Jabar.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: FITK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nugroho, C. (2020). *Cyber Society: Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi*. Jakarta: Kencana.
- Prajarini, D. (2020). *Media Sosial Periklanan-Instagram*. Yogyakarta: Deepublish.
- Qomusuddin, I. F., & Romlah, S. (2022). *Analisis Data Kuantitatif dengan Program IBM SPSS Statistic 20.0*. Yogyakarta: Deepublish.
- Santoso, I., & Madiistriyatno, H. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Indigo Media.
- Sari, A. A. (2017). *Dasar Dasar Public Relations: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sarwono, J. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Silviani, I. (2020). *Public Relations sebagai Solusi Komunikasi Krisis*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Siregar, S. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama*. Jakarta: Prenada Media.
- Sulvinajayanti, S. (2018). *Manajemen dan Konvergensi Media Penyiaran*. Makassar: Aksara Timur.
- Suryadi, E., Darmawan, D., & Mulyadi, A. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi Dengan Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media.

Sumber Jurnal dan Skripsi:

- Alfirahmi. (2019). Fenomena Kopi Kekinian Di Era 4.0 Ditinjau dari Marketing 4.0 dan Teori Uses and Effect. *Jurnal Lugas*, 3(1), 24–32.
- Budhirianto, S. (2014). PPID Dan Transfer Informasi Dalam Perspektif Keterbukaan Informasi Publik Di Jawa Barat. *Jurnal Observasi*, 12(1), 41–50.
- Dewi, A. P., Priharsari, D., & Setiawan, N. Y. (2022). Pengaruh Information Overload terhadap Perilaku Penghentian Penggunaan pada Social Networking Service (SNS). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 6(2), 518–526.

- Durhan, A. S., & Tahir, A. (2021). Pengaruh Terpaan Informasi Melalui Media Sosial Terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat Mengenai Vaksin Corona Sinovac Bagi Kesehatan Di Makassar. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 25(2), 102–115.
- Ferbita, L. V., Setianti, Y., & Dida, S. (2020). Strategi Digital Branding Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) Melalui Media Sosial. *Acta Diurna*, 16(2), 113–136.
- Ginting, R., & Pratiwi, S. (2017). Analisis Literasi Media Televisi Dalam Keluarga (Studi Deskriptif Pendampingan Anak Saat Menonton Televisi Di SD Islam Al Ulum Terpadu Medan). *Jurnal Channel*, 5(2), 109–122.
- Halim, A. R., Resmawan, E., & Sugandi. (2019). Sikap Orang Tua Terhadap Penerapan Full Day School Disekolah Menengah Pertama Negeri 2 Samarinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(3), 288–302.
- Haruna, R. (2017). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Memilih Uin Alauddin Makassar. *Jurnal Komodifikasi*, 5, 45–58.
- Hermawanti, F., Prisanto, G. F., Yulianto, K., & Ruliana, P. (2021). Pengaruh Terpaan Media #GundikLintasBUMN Pada Twitter Terhadap Persepsi Profesi Pramugari. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 7(1), 346–356.
- Josephine, Priyowidodo, G., & Tjahyana, L. J. (2019). Pengaruh Terpaan Media Pada Official Page Facebook Najwa Shihab Terkait Pemilihan Presiden 2019 Terhadap Pengambilan Keputusan Pemilih Dalam Menentukan Presiden Pada Pemilihan Presiden 2019. *Jurnal E-Komunikasi Universitas Kristen Petra*, 7(2), 1–9.
- Kaharmudzakir, I., & Qudsi, M. I. El. (2022). Pengaruh Konten Instagram @interstudioofficial dan Opini Mahasiswa terhadap Citra Perguruan Tinggi InterStudi. *Jurkom: Jurnal Riset Komunikasi*, 5(1), 127–140.
- Kamaludin, Tjuparmah, Y., & Silvana, H. (2019). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Citra Perpustakaan pada UPT Perpustakaan ITB. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(1), 41–59.
- Laksamana, A. (2015). Profesi Public Relations Indonesia dalam Era Digital. *Jurnal Public Relations Indonesia*, 2(3), 6–16.
- Mandayana, K. D., Sary, K. A., & Sucipta, J. A. W. (2021). Implementasi Video Company Profile Universitas Mulawarman Samarinda Pada Kanal Youtube “Unmul TV.” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(3), 120–133.
- Nurmauliddiana, N., Hidayat, D. R., & Wibowo, K. A. (2019). Big Data dan Literasi Digital dalam Menghadapi Information Overload. *Seminar Nasional MACOM III*.

- Nursafitri, D. (2021). *Analisis Pembentukan Citra Media Sosial Yang Dimiliki Felix Siauw*. Universitas Islam Riau.
- Prabawati, H., & Adi, W. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Koalisi Pemuda Hijau Indonesia (KOPHI) Sebagai Media Publikasi Kegiatan. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 160–176.
- Pudjiastuti, W., & Fadhal, S. (2012). Opini Mahasiswa Terhadap Citra Polisi Republik Indonesia (POLRI). *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial*, 1(3), 201–216.
- Putra, D. K., & Hirzi, A. T. (2022). Hubungan Pemberitaan di Media Online dengan Pembentukan Opini pada Mahasiswa Universitas Islam Bandung. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital (JRJMD)*, 2(1), 37–42.
- Rahmah, F. Al, Hafiar, H., & Budiana, H. R. (2022). Pengelolaan Aktivitas Media Sosial Instagram @cimahikota oleh Pemerintah Kota Cimahi. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(1), 128–139.
- Riani, N. (2017). Model Perilaku Pencarian Informasi Guna Memenuhi Kebutuhan Informasi (Studi Literatur). *Jurnal Publis*, 1(2), 14–20.
- Rianto, P. (2016). Media Baru, Visi Khalayak Aktif Dan Urgensi Literasi Media. *Jurnal Komunikasi*, 1(2), 90–96.
- Rizki, M. A., & Pangestuti, E. (2017). Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram terhadap Citra Destinasi dan Dampaknya pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Kampung Warna Warni Jodipan, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 49(2), 157–164.
- Senjaya, E. A. A. (2022). Penggunaan Google Classroom Untuk Memfasilitasi Keterampilan Menulis Siswa Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Education and Development*, 10(1), 186–191.
- Setiadi, T. (2023). Manajemen Corporate Image melalui Media Sosial: Studi Literatur tentang Citra Perusahaan dan Perkembangan Teknologi Media. *Jurnal Representamen*, 9(1), 18–30.
- Setiandini, A., Gono, J. N., Yulianto, M., & Pradekso, T. (2015). Pengaruh Terpaan Berita Negatif Joko Widodo di Media Massa dan Faktor Demografi (Usia, Jenis Kelamin, dan Tingkat Pendidikan) terhadap Citra Joko Widodo sebagai Presiden RI. *Interaksi Online*, 3(4).
- Suciska, W., & Gunawibawa, E. Y. (2020). Pola Konsumsi Berita pada Kelompok Khalayak Digital di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 249–266.

- Suryadharma, B., & Susanto, T. D. (2017). Faktor Penerimaan Media Sosial Instansi Pemerintah di Indonesia. *INTEGER: Journal of Information Technology*, 2(2), 1–10.
- Widjajanto, E., & Natalia, W. K. (2021). Pengaruh Intensitas Mengakses Berita Hoax di Instagram dan di Facebook Terkait Covid-19 Terhadap Disinformasi di Masyarakat. *Jurnal Al-Tsiqoh (Dakwah Dan Ekonomi)*, 6(1), 33–54.
- Wijaya, I. K. A. P. (2023). Feed Instagram Sebagai Upaya Penguatan Branding Dalam Industri Kreatif. *SENADA: Desain & Aplikasi Bisnis Teknologi*, 6, 327–336.
- Wowor, R. (2014). The Moderating Effects of Organizational Culture on the Impact of Servant Leadership and Trust on Job Performance of Community Policing Officers. *ELT Weekly*, 6(5), 61–66.

Sumber Internet:

- Andarningtyas, N. (2022). Durasi Reels di Instagram kini bisa sampai 90 detik. *Antara News*. Melalui <https://jatim.antaranews.com/berita/608677/durasi-reels-di-instagram-kini-bisa-sampai-90detik~:text=Video%20di%20Reels%2C%20yang%20semula,kini%20diperpanjang%20menjadi%2090%20detik.> [25/06/2023].
- Annur, C. M. (2023). Media Sosial, Sumber Informasi Utama Masyarakat Indonesia. *Databoks*. Melalui <https://databoks.katadata.co.id/data-publish/2023/05/30/media-sosial-sumber-informasi-utama-masyarakat-indonesia> [20/07/2023].
- BNN. (2022). Strategi Humas Pemerintah dalam Menghadapi Opini Publik. *Badan Narkotika Nasional Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*. Melalui <https://yogyakarta.bnn.go.id/strategi-humas-pemerintah-dalam-menghadapi-opini-publik/> [03/07/2023]
- Edelman. (2023). 2023 Edelman Trust Barometer. *Edelman*. Melalui <https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2023-03/2023%20Edelman%20Trust%20Barometer%20Global%20Report%20FINAL.pdf>. [01/05/2023].
- Farisa, F. C. (2022). Pertaruhan Citra Polri di 3 Kasus Besar: Teddy Minahasa, Ferdy Sambo, dan Kanjuruhan. *Kompas*. Melalui <https://nasional.kompas.com/read/2022/10/15/15304311/-pertaruhan-citra-polri-di-3-kasus-besar-teddy-minahasa-ferdy-sambo-dan.> [03/05/2023].
- Harian Jogja. 2023. Paling Populer, Pengguna Instagram dan Facebook di Indonesia Merangkak Naik. Melalui <https://ototekno.harianjogja.com/read/2023/04/03/->

503/1131027/paling-populer-pengguna-instagram-dan-facebook-di-indonesia-merangkak-naik. [07/08/2023].

Hype Auditor. (2023). How to Spot Fake Followers. *Hype Auditor*. Melalui <https://hypeauditor.com/free-tools/instagram-audit>. [27/01/2023].

Instagram. (2023). Akun Instagram Humas Polda Jabar. *Instagram*. Melalui <https://www.instagram.com/humaspoldajabar/>. [03/03/2023].

Instagram. (2023). Instagram Reels. *Business Instagram*. Melalui <https://business.instagram.com/instagram-reels>. [19/06/2023].

Jemadu, L. (2022). Penetrasi Internet Indonesia Tertinggi di Kalangan Pelajar dan Ibu Rumah Tangga. *Suara*. Melalui <https://www.suara.com/tekno/2022/06/09/192337/penetrasi-internet-indonesia-tertinggi-di-kalangan-pelajar-dan-ibu-rumah-tangga>. [13/06/2023].

Kemp, S. (2022). *Digital 2022: Indonesia. We Are Social*. Melalui <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>. [31/12/2022]

Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Indonesia. We Are Social*. Melalui <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>. [01/05/2023]

Kompas. (2022). LSI Denny JA: Kasus Ferdy Sambo Buat Kepercayaan Publik pada Polisi Kian Menurun. *Kompas*. Melalui <https://nasional.kompas.com/read/2022/10/19/11012461/lsi-denny-ja-kasus-ferdy-sambo-buat-kepercayaan-publik-pada-polisi-kian>. [03/03/2023].

Kumparan. (2023). Arti Caption, Jenis, dan Fungsinya. *Kumparan*. Melalui <https://kumparan.com/pengertian-dan-istilah/arti-caption-jenis-dan-fungsinya-20arm1aoI6T/full>. [25/06/2023].

Laras. (2020). Benarkah Manusia Bisa Multitasking? *Berkeluarga Id*. Melalui <https://berkeluarga.id/2020/03/05/benarkah-manusia-bisa-multitasking/>. [25/06/2023].

Lestari, R. (2022). Like di Instagram Sepenting Apa Sih? *Yoursay Id*. Melalui <https://yoursay.suara.com/kolom/2022/06/17/153112/like-di-instagram-sepenting-apa-sih>. [03/07/2023].

Lokadata. 2023. Penetrasi pengguna internet Indonesia berdasarkan tingkat pendidikan terakhir. Melalui <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/penetrasi-pengguna-internet-indonesia-berdasarkan-tingkat-pendidikan-terakhir-1519029551>. [08/08/2023].

Makarim, F. R. (2022). Mitos atau Fakta, Multitasking Ganggu Kemampuan Otak. *Halodoc*. Melalui <https://www.halodoc.com/artikel/mitos-atau-fakta-multitasking-ganggu-kemampuan-otak-1>. [25/06/2023]

- Rahayu, L. S. (2022). Survei LSI: Mayoritas Percaya Polri Tuntaskan Kasus Sambo Jujur-Adil. *Detik News*. Melalui <https://news.detik.com/berita/d-6265472/survei-lsi-mayoritas-percaya-polri-tuntaskan-kasus-sambo-jujur-adil>. [09/08/2023].
- Saptoyo, R. D. A. (2022). Survei Reuters: 68 Persen Masyarakat Indonesia Mengakses Berita dari Medsos. *Kompas*. Melalui <https://www.kompas.com/cekfakta/read/2022/06/17/153126682/survei-reuters-68-persen-masyarakat-indonesia-mengakses-berita-dari?page=all>. [20/07/2023].
- Tamara, A. F. (2021). Instagram Reels: Tumbuhkan Engagement Secara Real. *Birudeun*. Melalui <https://birudeun.id/2021/06/28/instagram-reels-tumbuhkan-engagement-secara-real/>. [19/06/2023]
- Ulya, A. M. (2022). Mitos atau Fakta, Manusia Bisa Multitasking? *Urbanasia*. Melalui <https://www.urbanasia.com/guide/mitos-atau-fakta-manusia-bisa-multitasking-U68660>. [25/06/2023]

Sumber Undang-Undang / Peraturan:

- Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 83 Tahun 2012.
- Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia, pasal 13.