

DAFTAR PUSTAKA

- Ain, Q., Pamungkas, A., & Khotimah, W. Q. (2026). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram @ humasrestangsel sebagai Media Publikasi dalam Meningkatkan Citra Kepolisian*. 4(6), 4739–4750.
- Aji, G., Sukardani, P., Setianingrum, V. M., & Indrajayani, G. G. (2023). Interactivity on Government Social Media to Improve Public Services. *Journal of Communication Management*, 4(1), 12. <https://doi.org/10.37535/103004120232>
- Alexander, J. L., Safitri, D., & Anindhita, W. (2022). The Circular Model of SO-ME in Instagram Management (Case Study: Forum Human Capital Indonesia). *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 10(2). <https://doi.org/10.7454/jki.v10i2.13882>
- Amalia, W., Leliana, I., & Hariatiningsih, L. R. (2025). Strategi Komunikasi Konten Kreator Dalam Meningkatkan Engagement Pada Akun @forestbev.solutions account. *Jiic: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, (September), 16459–16470. <https://jicnusanantara.com/index.php/jiic>
- Andini, A. I., & Santoso, H. (2025). Strategi Komunikasi Digital dalam Meningkatkan Engagement Konten Wisata Pahawang pada Instagram Menggunakan Tools no Limit Digital Communication Strategy in Increasing Engagement of Pahawang Tourism Content on Instagram Using No Limit Tools. *Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 1153–1162.
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Aroyo, D. O., Putri, K. A., Shakira, S. P., & Lia, U. (2025). Peran Literasi Digital Dalam Menanggulangi Berita Hoaks : *Media Digital*, 01(01), 60–72.
- Barizki, R. N., & Apriani, Y. (2024). Strategi Konten Kreatif Media Instagram @Gootodotcom Dalam Meningkatkan Audience Engagement Konten Otomotif. *Komunikata* 57,5(1), 29–36. <https://repository.bsi.ac.id/repo/files/441966/download/jurnal-hilal.pdf>
- Bungin. (2001). *Metodelogi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Gajah Mada Press.
- Candra, A. (2022). *Perencanaan Komunikasi Humas Dinas Pariwisata Provinsi Riau Dalam Mensosialisasikan Aplikasi Jemari Di Pekanbaru*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, (4649).
- Cindho Maharani, Y., & Herdono, I. (2025). Pengelolaan Instagram @Humaspoldajatim dalam Mendukung Tugas Kepolisian. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 412–426. <https://doi.org/10.30596/ji.v9i2.24107>
- Davies, S. R., Wells, R., Zollo, F., & Roche, J. (2024). Unpacking social media ‘engagement’: a practice theory approach to science on social media. *Journal of Science Communication*, 23(6). <https://doi.org/10.22323/2.23060402>
- Dharma Herlydinata Police Program, M., & Kepolisian, A. (2025). Toward Digital Community Policing: Opportunities and Barriers for Social Media Engagement in Indonesia. *Proceedings of Police Academy*, 1(1), 72–86.
- Fetni, F., & Fait, T. F. (2024). Komunikasi Organisasi Pemerintah Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik Pada Distrik Sentani Jayapura.

- Journal Publicuho*, 7(2), 811–823. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i2.437>
- Fitriani. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran. *Journal on Education*, 05(03), 1006–1013. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i4.609>
- Fujiawati, F. S., & Raharja, R. M. (2021). Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Sebagai Media Penyajian Kreasi Seni Dalam Pembelajaran. *JPKS (Jurnal Pendidikan Dan Kajian Seni)*, 6(1), 32–44. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JPKS/article/view/11602>
- Fujiyati, Nurcahyani, R. (2025). Analisis Swot Terhadap Penerapan Storytelling Digital pada Media Media Sosial Instagram Museum Tanah dan Pertanian Bogor. 5(3), 28245–28251.
- Hadiwijaya, M. D. (2016). Perencanaan Komunikasi Pemerintah Kota Palembang dalam Kampanye. *Jurnal Komunikasi*, 10(April), 117–132.
- Hasan. (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Ghalia Indonesia.
- Holipiah, N., Hamidah, H., & Hamandia, M. R. (2024). Analisis Komunikasi Humas Polda Sumsel dalam Meningkatkan Citra Positif Kepolisian Daerah Sumatera Selatan Melalui Instagram @polisi_sumsel. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 1(3), 14. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i3.2488>
- Ibrahim, S. M., Golose, P. R., & Imran, M. F. (2025). Strategi Komunikasi Polri di Media Sosial. *Brand Communication*, 4(1), 58–67. <https://doi.org/10.70704/bc.v4i1.367>
- Ilham Faturrohman, & Sri Wahyuning Astuti*. (2025). Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Polda Jabar dalam Meningkatkan Citra Positif Institusi Polri. *Journal of Communication, Business and Social Science (JCOBS)*, 2(2), 25–32. <https://doi.org/10.25124/jcobs.v2i2.8740>
- Ilhami, M. W., Nurfajriani, W. V., Mahendra, A., Sirodj, R. A., & Afghani, M. W. (2024). Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(September), 826–833.
- Irwanda, A. A., Abiyus, W., Herdiansyah, A., Turnandes, Y., & Juliani, F. (2024). Analisis Engagement Rate Pada Instagram Universitas Lancang Kuning. *ZONasi: Jurnal Sistem Informasi*, 6(2), 390–399. <https://doi.org/10.31849/zn.v6i2.17904>
- Jaelani, D. (2025). *INFORMASI PUBLIK MANAGEMENT of INSTAGRAM @ official . kpk in the PUBLIC*. (2000), 177–194.
- Junaidi, B. (2018). perenc komunikasi BATOEBARA.
- Mahayani, Ismiarta Aknuranda, K. (2019). Pengaruh Customer Engagement Melalui Media Sosial terhadap Kepercayaan Merek (Studi Kasus : Instagram Shopee). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(4), 3301–3310.
- Makdin, D., Rifky Pratama, H., Damayanti, D., & Noviana, A. (2023). Elaborasi Komunikasi Krisis Polri: Analisis Penanganan Kasus Penembakan Brigadir J Menggunakan Situational Crisis Communication Theory. *JURNAL*

- IPTEKKOM Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi, 25(1), 85–102.
<https://doi.org/10.17933/iptekkom.25.1.2023.85-102>
- Moleong. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif. Pt Remaja Rosdakarya.
- Narimawati. (2008). Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi. Agung Media.
- Nathasya, H. (2024). No TitleEAENH. *Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 5(1), 70–80.
- Nugraha, A. D., Priandono, T. E., Ainiyyah, N. F., & Ilham, Y. (2024). Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi Analisis Isi Konten Media Sosial Instagram Pemerintah Indonesia di Tingkat Kementerian dan Lembaga Content Analysis of Indonesian Government Instagram Social Media Content at the Ministry and Agency Levels. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi*, 8(2), 11.
- Nugrani, S. S., Pranata, R. T. H., & Cholagi, F. F. (2025). Analisis Konten Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Engagement pada Akun Cinemagenda (@Linikini_Id). *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 11(2), 199–214.
<https://doi.org/10.32509/dinamika.v11i2.5387>
- Ohorella, N. R., Pratama, B. A., & Anggraini, D. (2026). Strategi humas brimob polri dalam pembentukan citra melalui instagram @humaskopsbrimob. 5(1), 219–242.
- Pane, M., Ghanistyana, L. P., Affipah, I. L., Cahyani, R. N., & Kartika, S. W. (2025). Implementasi the Circular Model of SO-ME Dalam Pengelolaan Cyber Public Relations Kepolisian Di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 9(1), 119–135. <https://doi.org/10.38043/jids.v9i1.6125>
- Panggabean, R. P., Wajongkere, H., & Karsono, P. H. (2025). Fenomena “ No Viral No Justice ” Dalam Penegakan Hukum Dan Keadilan Di Indonesia. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 8(8), 5089–5100. <https://doi.org/10.56338/jks.v8i8.8352>
- Pratama, R. Y. (2025). Resort Purbalingga Dalam Meningkatkan Citra.
- Pratiwi, Mashalani, Hafizhah, Sabrina, Harahap, & Siregar. (2023). Mengungkap Metode Observasi Yang Efektif Menurut Pra-Pengajar EFL. *Mutiara : Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah*, 2(1), 133–149.
<https://doi.org/10.59059/mutiara.v2i1.877>
- Pujileksono, S. (2015). Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif. Citra Intrans Selaras.
- Putri, C. E., Hamsinah, H., & Arsyilla, N. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram @divisihumapolri Sebagai Media Iklan Layanan Masyarakat. *Jurnal Cyber PR*, 4(1), 69–81. <https://doi.org/10.32509/cyberpr.v4i1.4216>
- Ratih, N. K. P. A., Putra, K. D. C., & Wajdi, M. (2025). Optimizing instagram for strategic communication: A study on engagement, branding, and digital audience connection. *Journal of Commerce Management and Tourism Studies*, 4(2), 349–363.
- Ropik, A. (2017). Perencanaan Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang. *Intizar*,

- 23(2), 327–346. <https://doi.org/10.19109/intizar.v23i2.2468>
- Santiani, Harjiyanto, E. (2025). *Analisis SWOT*. PT. Mifandi Mandiri Digital.
- Sari, N. (2024). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Pada Akun Instagram @alfamart_promorembang. 8(4), 1–109. [https://repository.unissula.ac.id/36253/1/Ilmu Komunikasi_32802000004_fullpdf.pdf](https://repository.unissula.ac.id/36253/1/Ilmu_Komunikasi_32802000004_fullpdf.pdf)
- Sofwatillah, Risnita, Jailani, M. S., & Saksitha, D. A. (2024). Tehnik Analisis Data Kuantitatif Dan Kualitatif Dalam. *Journal Genta Mulia*, 15(2), 79–91. <https://ejournal.stkipbbm.ac.id/index.php/gm>
- Subadi. (2018). Analisa Engagement Media Sosial Terhadap Viralnya Film Pendek Tilik (2018). *Imaji*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sunarsi. (2024). *SWOT: Teory, Implementasi, Strategy*. PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Swandewi, N. K. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran Instagram Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di Glow Wedding and Event Planner. 4(2), 66–78. <https://doi.org/10.52352/jecom.v4i2.2379>
- Syahtiti, Firnanda Amelia Yuniar, & Putri Rizky Nurhaliza. (2024). Sosial Media Engagement Dan Hubungannya Dengan Kinerja Customer Relationship Management (Social Media Engagement And Its Relationship With Customer Relationship Management Performance). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 2(3), 371–378. <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v2i3.2082>
- Tambunan, S. H. Z. (2021). Perencanaan Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Perusahaan PT. Platinum Waterpark Bagan Batu. <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/15214>
- Trunfio, M., & Rossi, S. (2021). Conceptualising and measuring social media engagement: A systematic literature review. *Italian Journal of Marketing*, 2021(3), 267–292. <https://doi.org/10.1007/s43039-021-00035-8>
- Tyas, S. P., Azzahra, N., Meilani Ifada, B., & Fajarwati, N. K. (2024). Peran Komunikasi Persuasif Dalam Media Sosial. *SABER: Jurnal Teknik Informatika, Sains Dan Ilmu Komunikasi*, 2(2), 16–22. <https://doi.org/10.59841/saber.v2i2.956>
- Ulya. (2024). Optimasi Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Menarik Minat Konsumen Untuk Membeli Produk Boutique Shabby Stuff Semarang. In *Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)* (Vol. 5, Number 1).
- Usadi, Prayoga, D. J. (2024). Pengaruh Konten Pemasaran Video Pendek Terhadap Persepsi Nilai Dan Partisipasi Pengguna. *Jurnal Emas*, 5(6), 110–119.
- Widiasih, S., Julina, F., & Salsabila, I. S. (2024). Analisis Sosial Media Pemerintah Daerah Di Indonesia Berdasarkan Respons Warganet. *Irpia : Jurnal Ilmiah Riset Dan Pengembangan*, 9, 11–17. <https://doi.org/10.71040/irpia.v9i11.266>
- Widjajanto. (2013). *Perencanaan Komunikasi dan Konsep Aplikasi*. Ultimus Bandung.

- Widya, A. R. (2021). Meningkatkan Keterlibatan Publik secara Online pada Era Open Government di Media Sosial (Studi Analisis Isi Akun Instagram Badan Pusat Statistik). *JURNAL IPTEKKOM Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi*, 23(2), 185–198.
- Zaesar, S. (2024). The Circular Model Of SO-ME. *Journal of Media Studies and Public Relations*, 1, 24–35. <https://ginaluttrellphd.com/the-circular-model-of-SO-ME-for-social-communicann>

