

DAFTAR PUSTAKA

- Argita Endraswara. (2016). *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Sistem Komputerisasi dengan Menggunakan Metode Rapid Application Development (RAD) pada Usaha Woodshouse*. Unika Soegijapranata Semarang.
- CNN Indonesia. (2022). *Indonesia Jadi Negara dengan K-Poper Terbesar di Twitter*. <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20220126202028-227-751687/indonesia-jadi-negara-dengan-k-poper-terbesar-di-twitter/2>
- Dimas, A. (2018). *Konstruksi Identitas Juru Kunci Kampung Adat Cikondang (Studi Deskriptif Mengenai Konstruksi Identitas Juru Kunci Kampung Adat Cikondang)*. Universitas Komputer Indonesia.
- Erniwati. (2023). *Disrupsi Media Baru Terhadap Media Arsus Utama: Studi Tentang Surat Kabar arian Fajar dan Tribun Timur di Kota Makassar*. Universitas Hasanudin.
- Fadli, M. R. (2018). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Jurnal Alhadharah Analisis Data Kualitatif*, 17(33).
- Farida Nugrahani. (2021). Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa Humanika. *Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>. 33-54
- Hadi, Prijana, I., Wahjudinata, Megawati, Indrawati, Indriyani, & Inggrit, I. (2020). *Komunikasi Massa*. Penerbit Qiara Media.
- Halim, I. A. (2015). Strategi Intergrated Social Media Network Game: Penggunaan Advergame dalam Membentuk Customer Brand Engagement. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, IV(2).
- Hamzah B. Uno. (2020). *Pengembangan Profesionalisme Guru Melalui Penulisan Karya Ilmiah Menuju Anak Merdeka Belajar*. 1–11.
- Jayanti, N. L. P. L., Febriani, N. M. I., & Indrawati, A. A. M. (2023). Alternative Universe Bagi Generasi Z Dalam Meningkatkan Minat Literasi. *Jurnal Universitas Mahasaraswati*.
- Juanda, H. (2017). Media Sosial Sebagai Penyebarluasan Informasi Pemerintah Aceh. *Jurnal Peurawi Media Kajian Komunikasi Islam*, 1(1), 1–22.
- Kangean, S., & Rusdi, F. (2020). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee dalam Persaingan E-Commercedi Indonesia. *Prologia*, 4(2), 280–287.
- Mahendra, S. L. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Naturalis Koffie Melalui Word of Mouth untuk Menarik Pengunjung* [Universitas Esa Unggul]. <https://digilib.esaunggul.ac.id/strategi-komunikasi-pemasaran-naturalis-koffie-melalui-word-of-mouth-untuk-menarik-pengunjung-26709.html>
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 12(3).
- Munandar, H., & Suherman, M. (2016). Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil di Media Sosial. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 2(1), 423–430.
- Muniroh, M. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Novel “Agni” Karya Nagyagite melalui Instagram @nagyagite untuk Meningkatkan Jumlah Pembaca*. Universitas Islam

Negeri Raden Mas Said Surakarta.

- Muslim. (2015). Varian-varian Paradigma, Pendekatan, Metode, dan Jenis Penelitian dalam Ilmu Komunikasi. *Wahana*, 1(10). <https://doi.org/10.33751/wahana.v1i10.654>
- Nursyamsi, S. E., Siregar, N., & Nurahlina, N. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Toska Fashion Dalam Meningkatkan Customer Engagement Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, XXVII(2).
- Nurullita, V., & Prasetyawati, H. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Twitter @MetroTVToday Dalam Membangun Engagement dengan Pemirsa Program “Prime Talk” di Metro TV. *Journal of Communication Empowerment*, 1(1), 59–71.
- Pandrianto, N., & Sukendro, G. G. (2018). Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement Article Sidebar. *Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanegara*, 10(2). <https://doi.org/10.24912/jk.v10i2.2619>
- Rahman, I. A., & Panuju, R. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fairn N Pink Melalui Media Sosial Intagram. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.26>
- Rezeki, S. R. I., Restiviani, Y., & Zahara, R. (2020). Penggunaan Sosial Media Twitter Dalam Komunikasi Organisasi (Studi Kasus Pemerintah Provinsi DKI Jakarta Dalam Penanganan Covid-19). *Journal of Islamic and Law Studies*, 4(63–78). <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.18592/jils.v4i2.3812>
- Ricko, & Junaidi, A. (2019). Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion). *Jurnal Prologia Universitas Tarumanegara*, 3(1). <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6245>
- Rivaldi, M. (2018). *Studi Etnomatematika Masyarakat Kampung Salapan Kabupaten Karawang*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Rizaty, M. A. (2022). *Pengguna Twitter di Indonesia Capai 18,45 Juta pada 2022*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-twitter-di-indonesia-capai-1845-juta-pada-2022>
- Saldrak, P. A., Ogotan, M., & Londa, V. Y. (2018). Akuntabilitas Pengelolaan Keuangan di Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga Kabupaten Banggai Kepulauan Provinsi Sulawesi Tengah. *Jurnal Administrasi Publik*, 4(52), 1–11.
- Syafiq, L. R., Noor, R., & Umam, K. (2022). Bentuk Penulisan Real Person Fiction “Close Friend” dan “The Unfinished” di Twitter: Analisis Cybersastra. *Wicara*, 1(2), 103–109.
- Triyandra, A. C., & Rimayanti, N. (2017). Perencanaan Komunikasi Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Pekanbaru dalam Mensosialisasikan Program Smart City. *Jurnal Online Mahasiswa*, 4(2), 1–13.
- Yulita, R. (2022). *Maraknya genre AU mengikuti perkembangan fanfiction dari masa ke masa*. TFR News. <https://tfr.news/artikel/2022/11/30/maraknya-au-fanfiction>