

DAFTAR PUSTAKA

- Baktiyar, Y., Afghohani, A., & Farahsanti, I. (2020). Hubungan pembelajaran berbasis e-learning menggunakan aplikasi Google Classroom dengan prestasi belajar matematika. *Aksioma*, 11(2), 267–273.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65–71. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>
- DJ, Y. R. (2020). Pengaruh Keterampilan Dan Etos Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Pada Cv Mandiri Trans Di Surabaya. *Media Mahardhika*, 19(1), 16–20. <https://doi.org/10.29062/mahardika.v19i1.191>
- Ermawati, E., Husaini, A., & Pakkawaru, I. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Kuota Internet Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 36–58. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v2i1.22.36-58>
- Fitriyaningsih, N. (2008). *Hubungan Antara Lingkungan Kerja Dengan Produktivitas Kerja Karyawan*. 2, 3962–3975.
- Koko Mukti Wibowo, Indra Kanedi, J. J. (2021). Sistem Informasi Geografis (Sig) Menentukan Lokasi Pertambangan Batu Bara Di Provinsi Bengkulu Berbasis Website. *Jurnal Media Infotama*, 11(1), 223–260.
- Kurnia, N. D., Johan, R. C., & Rullyana, G. (2018). Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di Upt Perpustakaan Itenas. *Edulib*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.17509/edulib.v8i1.10208>
- Kurniasih, A., & Taher, D. A. (2018). Kepuasan pengunjung media online

- Femaledaily.com dalam memperoleh informasi (studi pada mahasiswi universitas Syiah Kuala). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 3(2), 390–399. <http://www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP/article/view/7373>
- Kurniawati, J., & Baroroh, S. (2016). Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Komunikator*, 8(No. 2), 51–66.
- Ma'aruf, A. R. S., & Putra, D. K. S. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Personal Branding Joko Widodo Pada Pemilih Pemula Pemilu 2019. *Journal Acta Diurna*, 15(2), 1. <https://doi.org/10.20884/1.actadiurna.2019.15.2.2129>
- Manampiring, R. A. (2015). Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Antar Siswa SMA Negeri I Manado. *Jurnal Acta Diurna*, IV(4), 1–8.
- Margaretha, F. (2017). Analisis Hubungan Antara Motif Dengan Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopee Sebagai Media Berbelanja Online Pada Shopeeholics Di Kota Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 5(4), 26–40. <http://m.facebook.com/pg/ShopeeID>,
- Miftah, M. (2019). Strategi Komunikasi Efektif Dalam Pembelajaran. *Jurnal Teknodik*, XII(2), 084–094. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v12i2.473>
- Mooduto, B. M. P. (2015). Strategi Public Relations Komnas Perempuan Dalam Mengkomunikasikan “Tragedi 98.” *Jurnal Visi Komunikasi*, 14(2), 167–179. <http://www.komnasperempuan.or.id>
- Neneng Yanti Andriani. (2017). *the Effect of Incentives and Work Years on Employee Productivity in the Sales Agent Division of Pt Home Kredit Indonesia Sukabumi Area*. 06(01), 6. www.stiepasim.ac.id
- Nurul Indika, S. A. (2020). Pengaruh komitmen organisasi dan organizational citizenship behavior (OCB) terhadap kinerja karyawan (studi kasus pada karyawan PT Ladava Multi Logistics Jakarta). *Jurnal Bisnis Terapan*, 2(2), 128–

130.

Octavia, G., & Sari, W. P. (2019). Bentuk Komunikasi Pemasaran Digital ST22 Consulting. *Prologia*, 2(2), 339. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3598>

Onong Uchjana Effendy. (2004). *Ilmu Komunikasi Teori Praktek*.

Prof. Dr. Alo Liliwer M.S. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*.

Rismawaty, Desayu Eka Surya, S. J. (2014). *Pengantar ilmu komunikasi (Welcome to the world of communications)*.

Rizky Ramanda Gustam. (2015). Karakteristik Media Sosial Dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop Di Kalangan Komunitas Samarinda Dan Balikpapan. *Ilmu Komunikasi*, 3(2), 224–242.

Sanjaya, V. M., & Yoetadi, G. (2019). Tingkat Kepuasan Infromasi Kuliner Terhadap Penggunaan Instagram @anakjajan. *Prologia*, 3(1), 283. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6252>

Sarbuansyah Liandi, Indri Astuti, L. W. (2019). Kreativitas Belajar Peserta Didik Kelas Xi Sma Santun Untan Pontianak Tahun Ajaran 2018/2019. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 8.

Sitorus, F. Y. (2019). Management Journal. *Fundamental Management Journal*, 4(1), 37–51.

Sugiyono. (2012). Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada Zara Di Mall Pvj Bandung. *Agustus*, 3(2), 270–1955.

Sulistiyanto, A., & Jamil, A. (2020). *Communication Gaps in Crisis Communication Management: Study at the Ministry of Transportation*. 459(Jcc), 41–47. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200818.010>

Sulistiyanto, A., Usmar, U., & Hermiyetti, H. (2020). Model of Crisis Communication Management in the Perspective of Situational Crisis Communication Theory at

the Transportation Ministry. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 5(2), 232–242. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v5i2.408>

Wiyli, Y. (2016). Sistem Pendukung Keputusan Penerimaan Siswa Baru Menggunakan Metode Saw (Studi Kasus: Smk Ipiems Surabaya). *Manajemen Informatika*. Volume, 5 Nomor 2, 143–151. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-manajemen.../article/.../14920>

Yetty Oktarina & Yudi Abdullah. (2017). *Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik*.

