

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfirahmi. (2019). FENOMENA KOPI KEKINIAN DI ERA 4.0 Ditinjau dari Marketing 4.0 dan Teori Uses and Effect. *Jurnal Lugas*, 24(1), 24–32. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Arif, E., & Ronaning Roem, E. (n.d.). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI PERPUSDA KABUPATEN BELITUNG TIMUR*.
- Cahyono, A. S. (n.d.). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140–157.
- Fauziyyah, S. N., & Rina, N. (2020). Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. In *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 2020).
- Haryani, D. S., Fauzar, S., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Tanjungpinang, P. (2021). *EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA UMKM CHACHA FLOWERS* (Vol. 4, Issue 1).
- Herlina, N., Evawani, P. :, Lubis, E., Jurusan, M. S., Komunikasi, I., Riau, U., Kampus, P., Widya, B., Soebrantas, J. H., 12, K., & Pekanbaru, S. B. (2017). *EFEKTIVITAS KOMUNIKASI AKUN INSTAGRAM @SUMBAR\_RANCAK SEBAGAI MEDIA INFORMASI ONLINE PARIWISATA SUMATERA BARAT*. In *JOM FISIP* (Vol. 4, Issue 2).
- Jalaali, I. dzul. (n.d.). *PERKEMBANGAN KEDAI KOPI MANUAL BREWING DI KOTA MALANG JAWA*.
- Jurnal, H., Fat, S., Pandjo, K., Kadang, J., & Sastrawan, E. (2023). *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN PARIWISATA DAN PERHOTELAN Inovasi Produk Metode Manual Brew Aero Press Di Re.Kreasi Coffee*. 2(2).
- Mayasari, S., Indraswari, C., Komunikasi BSI Jakarta, A., & Sitasi, C. (2018). *Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Publikasi HUT Museum Nasional Indonesia (MNI) Kepada Masyarakat*. 9(2), 190–196. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>
- Mobo, F. S. (2023). *EFEKTIVITAS KOMUNIKASI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN FACEBOOK DALAM PENYEBARAN INFORMASI PUBLIK PADA DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KABUPATEN BUTON TENGAH PROVINSI SULAWESI TENGGARA*.
- Muhammad Fajar Wahab, & Ike Junita Triwardhani. (2022). Instagram Sebagai Media Promosi Coffee Shop. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 1(2), 126–129. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v1i2.554>
- Nurfalah, H. (2022). *EFEKTIVITAS SOSIAL MEDIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI DI BBPP LEMBANG*. <https://journal.ikipgriptk.ac.id/index.php/snpp/article/view/5154>
- Perdana, Y., Deri, I., Kabupaten, A., Timur, L., Tenggara, N., Program, B., ReKayasa, S. T., & Pemerintahan, I. (2023). *EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PENYEBARAN INFORMASI PUBLIK DI TENGAH STIGMA MASYARAKAT KABUPATEN LOMBOK TIMUR*.
- Puspita, N. A., & Samatan, N. (2022). *Efektivitas Media Sosial Akun Instagram @detikcom dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi*. 4(2), 112–117.

- Savira Sanida, D., & Prasetyawati, H. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @infobekasi.coo Terhadap Followers Dalam Mendapatkan Kebutuhan Informasi. *Inter Script: Journal of Creative Communication* , V(1), 1–17. <https://instagram.com/infobekasi.coo>
- Somantri, G. R. (2005). MEMAHAMI METODE KUALITATIF. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 9(2), 57. <https://doi.org/10.7454/mssh.v9i2.122>
- Wahyuni Purbohastuti Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, A. (2017). *EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI* (Vol. 12, Issue 2).

