

DAFTAR PUSTAKA

- Abednego, F., Chandra, K., Lu, C., & Wijaya, G. E. 2021. Analisis pemilihan social media influencer pada instagram terhadap perilaku konsumen. *Jurnal Riset Bisnis*. 5(1): 57-73.
- Adellia, T. P., & Abdullah, T. 2024. Analisis influencer marketing pada platform media sosial instagram hotel royal palm jakarta. *Jurnal Mekar*. 3(2): 47-55.
- Adnyana, M.O. 1996. Proses perakitan, pengkajian, dan pengembangan teknologi pertanian. dalam prosiding lokakarya BPTP/LPTP se-Indonesia. BPTP Naibonat.
- Adrianto, R. 2021. Kredibilitas influencer dalam membentuk kepercayaan konsumen terhadap brand. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*. 54-60.
- Ahmad, I. 2018. The influencer marketing revolution. *Social Media Today*. 15(2): 22– 26.
- Arikunto, S. 2011. *Prosedur penelitian (Edisi revisi IV)*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Batubara, M. *Industri Budaya dalam Menciptakan Standar Kehidupan Perempuan: Kajian Perkembangan Media*. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*. 8(1) : 1-11.
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. 2012. The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, communication & society*. 15(5): 739-768.
- Bernadette, S., Ronnfeld, S. A., Miranda, M., & Tarigan, M. Y. 2024. Penerapan sensor mandiri di bioskop: sebuah kajian atas kampanye bioskop sadar sensor mandiri oleh LSF. *TheJournalish: Social and Government*. 5(2): 116-132.
- Brorsson, A. & Plotnikova, V. 2017. *Choosing the right social media influencer: a quasi experiment to explore the impact of influencers (Master's Different Characteristics thesis)*. Linnaeus University, Sweden.
- Claretta, D. 2024. Pengaruh kampanye di instagram dengan penggunaan kain tradisional pada gen z. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*. 4(1) : 377-385.
- Creswell, J. W. 2011. *Research design: Pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Danang, S. 2013. *Metodologi penelitian akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Darmawan, A. D., Catherine. M., Usmani. M. L., Indraswari. T. D., 2023. *Potret transformasi digital di Indonesia*. Indonesia : Centre for Innovation Policy and Governance (CIPG).
- Diamond, Stephanie. 2013. *The visual marketing revolution*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta.

- Dwi, A., Zulfiqar, A. S., & Zubaidah, S. 2024. Pemanfaatan media sosial untuk kampanye sosial dan keterlibatan masyarakat: studi kasus mahasiswa di kota Palembang. In Iapa Proceedings Conference. 278-292.
- Fajar, D. 2021. Pemanfaatan instagram sebagai media kampanye di era pandemi covid-19 pasangan "artys" pada pilkada blora. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*. 9(1).
- Felin, F. R., & Damastuti, R. 2022. analisis isi konten post akun instagram@ menantea. toko dalam membangun engagement followers. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*. 5(1). 55-69.
- Fitriana, A., & Zahra, F. 2024. Konsep win win solution dalam penanganan problem transaksi cash on delivery shopee: tinjauan hukum ekonomi syariah. *Al Barakat-Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*. 4(01): 48-56.
- Flaviana, A. K., & Syahputra. 2021. Analisis konten post instagram terhadap online engagement (studi kasus pada lima coffee shop di kota bandung tahun 2020). *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*. 11(2): 116-122.
- Foong, L. S., R. Yazdanifard. 2014. Celebrity endorsement as a marketing tool. *Global Journal of Management and Business Research: e-Marketing*. 14(4): 37-40.
- George, J. J., & Leidner, D. E. 2019. From clicktivism to hacktivism: Understanding digital activism. *Information and organization*. 29(3): 100-249.
- Ghozali, I. 2011. "Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS", Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A. A. P. D., Novel, N. J. A., & Budiyaniti, S. A. 2023. Strategi Influencer Marketing Pada Rahsa Nusantara Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Lentera Bisnis*. 12(3): 725.
- Habibi, M., & Cahyo, P. W. 2019. Clustering user characteristics based on the influence of hashtags on the instagram platform. *IJCCS (Indonesian Journal of Computing and Cybernetics Systems)*. 13(4)
- Hall, K. 2016. The importance of authenticity in influencer marketing. *Sprout Content*. 30.
- Hardani, dkk. 2020. *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Grup.
- Hendryadi. 2019. *Metode penelitian*. Lembaga Pengembangan Manajemen dan Publikasi Imperium.

- Isnata, D., & Nugroho, C. 2024. Digital activism: the utilisation of social media instagram@ pulihkanjakarta in campaigning for environmental issues. *Jurnal Riset Komunikasi*. 7(2): 248-261.
- Kementerian Pertanian Republik Indonesia. 2011. Peraturan Menteri Pertanian Nomor 32/Permentan/OT.140/5/2011 tentang Pengelolaan dan Pelayanan Informasi Publik di Lingkungan Kementerian Pertanian. Jakarta: Kementerian Pertanian.
- Kementerian Pertanian Republik Indonesia. 2020. Rencana Strategis Kementerian Pertanian 2020-2024 (Revisi 2 Final). Jakarta: Kementerian Pertanian.
- Kholik, J. R. A., & Budianto, I. R. 2023. Literatur review: penerapan strategi pemasaran digital dan kolaborasi influencer dalam meningkatkan kesadaran merek. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)*. 2(2): 422-429.
- Kusumawati, N. K. A. M., Suardi, I. D. P. O., & Putra, I. G. S. A. 2022. Efektivitas instagram sebagai media komunikasi pemasaran agrowisata bagus agro pelaga di desa pelaga, kecamatan petang, kabupaten badung. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata* ISSN. 11(2) : 764-776.
- Ledbetter, A. M. & Redd, S. M. 2016. Celebrity credibility on social media : a conditional process analysis of online self-disclosure attitude as a moderator of posting frequency and parasocial interaction. *Western Journal of Communication*. 80(5): 601-618.
- Manurung, H. S. 2011. Peranan tenaga harian lepas-tenaga bantu penyuluh pertanian (thl-tbpp) dan partisipasi petani dalam penerapan budidaya tanaman padi (kasus di desa simasom, kecamatan pahae julu, kabupaten tapanuli. Ut Doctoral dissertation. Universitas Brawijaya).
- Mahendra, B. 2017. Eksistensi sosial remaja dalam Instagram (sebuah perspektif komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*. 16(1): 151-160.
- Maryam, S., Prasetyo, P., & Mahdalena, V. 2021. Literasi media digital pada kampanye Greenpeace Id di media sosial Instagram dalam merubah perilaku masyarakat. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(1): 1-12.
- Maryolein, S., Hapsari, N. D., & Oktaviani, R. C. 2019. Instagram sebagai media publikasi dalam membangun brand awareness jakarta aquarium. *Avant Garde*. 7(1): 19-41.
- Mayfield, A. 2008. What is social media? USA: iCrossing.

- Mbukut, A. 2024. Media Sosial dan orientasi diri generasi muda indonesia ditinjau dari pemikiran yuval noah harari: social media and self-orientation of indonesia's young generation viewed from yuval noah harari's thoughts. *Jurnal Filsafat Indonesia*. 7(1): 1-10.
- Meifitri, M. 2020. Fenomena influencer sebagai salah satu bentuk cita-cita baru di kalangan generasi zoomer. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*. 2(2): 69-82.
- Muchendar, A., Aliudin, A., & Anggraeni, D. 2020. Peran sektor pertanian dalam perekonomian provinsi banten. *Jurnal Agribisnis Terpadu*. 13(2): 298.
- Munfida, N. S., Soetijono, I. R., & Indrayati, R. 2023. Penggunaan media sosial sebagai media kampanye dalam penyelenggaraan pemilihan umum dan pemilihan kepala daerah. *Jurnal Kajian Konstitusi*. 3(2): 161-181.
- Mukti, I., Halim, A., & Asriadi, M. 2024. Perbandingan persepsi remaja laki-laki dan perempuan terhadap self disclosure pada sosial media instagram di kota makassar. *CORE: Journal of Communication Research*. 1-12.
- Moekahar, F. 2021. Kampanye politik: sebuah pendekatan fenomenologi. Banyumas : CV Amerta Media.
- Moleong, L. J. 2017. Metode penelitian kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Nasrullah, R. 2015. Media sosial; perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Neves, A., Vieira, R., Mourao, F., & Rocha, L. 2015. Quantifying complementarity among strategies for influencers' detection on Twitter. *Procedia Computer Science*. 51: 2435-2444.
- Pariasih, E. 2023. Efektivitas instagram sebagai media sosialisasi digital kementerian pertanian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. 3(5): 1007-1016.
- Patterson, K., J. Grenny. D. Maxfield. Ron McMillan. Al Switzler. 2008. *Influencer: the power to change anything*. Concordville, PA: Soundview Executive Book Summaries.
- Peraturan Menteri Pertanian Nomor 32 Tahun 2011 tentang Pengelolaan dan Pelayanan Informasi Publik di Lingkungan Kementerian Pertanian. (Jakarta: Kementerian Pertanian RI).
- Pertanian, Kementrian. 2019. Kementan Raih Penghargaan Keterbukaan Informasi Publik sebagai Badan Publik yang Informatif. PEPI-PPID Pertanian,

<<https://pepi-ppid.pertanian.go.id/index.php/news/view/268>>. diakses pada 16 Oktober 2024.

- Sustiyono, L. D. C. P., Widagdhaprasana, M., & Maria, B. 2024. Peran content strategist dalam kampanye sosial “suarakan batik”: diseminasi kebudayaan kain batik melalui instagram. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Gadjah Mada. Skripsi.
- Peraturan Menteri Pertanian Nomor 20/PERMENTAN/TU.200/3/2008 tentang Pedoman Umum Penyusunan dan Evaluasi Proposal Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Jakarta: Kementerian Pertanian Republik Indonesia, 5 Maret 2008.
- Prabowo, B., & Djuwita, A. 2019. Karakteristik media sosial instagram dalam aksi kampanye penanggulangan sampah plastik oleh akun @greenerationid. *Proceedings of Management*. 6(3).
- Priadana, A., & Habibi, M. 2019. Face detection using haar cascades to filter selfie face image on instagram. *International Conference of Artificial Intelligence and Information Technology (ICAIT)*. 6-9.
- Prihatiningsih, W. 2017. Motif penggunaan media sosial instagram di kalangan remaja. *Communication*. 8(1): 51-65.
- Priyandhini, B., Mona, N., & Oktaviani, D. 2022. The role of the key opinion leader (kol) specialist in handling the #BelajarDimanaAja campaign on Hangeul Academy by schoters through Instagram to increase brand awareness. In *Proceedings*. 83(1) : 38.
- Ramadhani, W., Faizah, Z. N., Syahril, S., Mubarak, F., & Musi, S. 2024. Dampak media sosial terhadap pola komunikasi remaja di era digital. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*. 4(4): 51-60.
- Rahmadani, P. N., Arthur, R., & Maulana, A. 2023. Integrasi konsep literasi vokasional untuk mengembangkan berpikir kritis pada siswa smk: sebuah kajian pustaka. *Jurnal Pendidikan West Science*. 1(12) : 817-826.
- Rahmayanti, A. P., & Kencana, W. H. 2025. Analisis perilaku generasi x dan generasi z dalam pemanfaatan penggunaan ewallet gopay. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*. 9(1): 93-118.
- Rodhiyana, M. 2024. Pendidikan dan perubahan sosial. *Spektra: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*. 6(1). 93-105.

- Safitri, Y., & Ramadanty, S. 2019. Strategi kampanye public relations melalui peran key opinion leader di indonesia. *Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 2(2): 88-96.
- Sarwono, J. 2006. Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Sadewo, D. U., & Widyatama, R. 2024. Kepercayaan publik dalam iklan: peran kunci publik figur. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*. 9(1): 136-150.
- Setiadi, A. 2016. Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*. 16(2).
- Seyfi, S., Hall, C. M., Vo-Thanh, T., & Zaman, M. 2022. How does digital media engagement influence sustainability-driven political consumerism among Gen Z tourists?. *Journal of Sustainable Tourism*. 31(11): 2441-2459.
- Shimp, T. A. 2003. Periklanan promosi dan aspek tambahan komunikasi pemasaran terpadu. *Periklanan Promosi Aspek tambahan komunikaSI terpadu, edisi kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Simanjuntak, A. S., & Djuyandi, Y. 2024. Gen-z dan politik: menelusuri strategi kampanye media sosial atalia praratya dalam pemilu legislatif 2024. *Aliansi: Jurnal Politik, Keamanan Dan Hubungan Internasional*. 3(2) : 62-74.
- Siroj, N. T., Fitriyana, G., Rabadi, S. R., & Murdiana, V. A. 2023. Re-branding umkm dalam meningkatkan penjualan hasil produksi pertanian pada kelompok wanita tani pamulang barat. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*. 1(1).
- Subagyo, P. J. 2011. Metode penelitian dalam teori dan praktik. Yogyakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2016. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. Metode penelitian kuantitatif kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2020. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suhandi, R., & Lubis, D. P. (2020). Peran pendamping dan partisipasi masyarakat dalam keberhasilan program corporate social responsibility. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*. 4(5): 610-623
- Solihin, O., Anggreany, S., Rais, R., & Siregar, B. 2023. Komunikasi digital untuk motivasi generasi z meningkatkan keterlibatan dalam bidang pertanian indonesia. In *Forum Penelitian Agro Ekonomi*. 41(2): 79-95.

- Suryani, I., Bakiyah, H., & Isnaeni, M. 2020. Strategi public relations PT Honda Megatama Kapuk dalam customer relations. *Journal Komunikasi*. 11(2).
- Supardi.1993. Populasi dan sampel penelitian. *UNISIA*. 17.
- Syah, R., & Auliana, L. 2024. Pengaruh content marketing terhadap customer engagement pada instagram@ dearmebeauty (pt garland cantik indonesia). *Jurnal Lentera Bisnis*. 13(2) : 1095-1105.
- Syukron, M. 2021. A social network analysis of the use of social media to promote agra social network analysis of the use of social media to promote agriculture to indonesian youthiculture to indonesian youth. Master's thesis. University of Missouri. Columbia.
- Teo, L. X., Leng, H. K., & Phua, Y. X. P. 2019. Marketing on Instagram: Social influence and image quality on perception of quality and purchase intention. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*. 20(2): 321-332.
- Yusanda, A., Darmastuti, R., & Huwae, G. N. 2021. Strategi personal branding melalui media sosial instagram (analisis isi pada media sosial mahasiswa universitas kristen satya wacana). *Scriptura*. 11(1) : 41-52.
- Yusuf, N., & Wibowo, A. P. 2021. Civic engagement: Digital activism of university students in Malang amidst covid-19 pandemic. *Jurnal Civics: Media Kajian Kewarganegaraan*. 18(2): 286-295.
- Zain, A. A., & Dwivayani, K. D. 2024. Penggunaan instagram pada generasi z sebagai media komunikasi dalam membangun personal branding ilustrator @indahoei. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*. 5(1) : 359-372.
- Zohouri, M., Darvishi, M., & Sarfi, M. 2020. Slacktivism: A critical evaluation. *Journal of Cyberspace Studies*. 4(2): 173-188.