

DAFTAR PUSTAKA

- Alapján-, V. (2016). *Pengertian Pemahaman Siswa*. 2(2), 1–23.
- Anderson, Lorin W; Krathwohl, David R; Bloom, Benjamin Samuel, 1913. (2001). *A taxonomy for learning, teaching, and assessing: a revision of Bloom's taxonomy of educational objectives*. New York : Longman.
- Anderson, L. W., Krathwohl Peter W Airasian, D. R., Cruikshank, K. A., Mayer, R. E., Pintrich, P. R., Rath, J., & Wittrock, M. C. (2001). *Taxonomy for Assessing a Revision OF BLOOM'S TaxONOMy OF Educational Objectives*. <https://www.uky.edu/~rsand1/china2018/texts/Anderson-Krathwohl - A taxonomy for learning teaching and assessing.pdf>
- Andini, N. A., & Septikasari, R. (2019). Pengaruh Fasilitas Kampus terhadap Motivasi dan Prestasi Mahasiswa. *JEMARI (Jurnal Edukasi Madrasah Ibtidaiyah)*, 1(2), 52–63. <https://doi.org/10.30599/jemari.v1i2.436>
- Anindyaputri, R., Rusmana, A., & Komariah, N. (2020). Hubungan customer engagement melalui Instagram @perpustakaanidkud dengan minat kunjungan perpustakaan di kalangan follower aktif. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 8(2), 221. <https://doi.org/10.24198/jkip.v8i2.25919>
- Arman, A. A., & Sidik, A. P. (2019). Measurement of Engagement Rate in Instagram (Case Study: Instagram Indonesian Government Ministry and Institutions). *Proceeding - 2019 International Conference on ICT for Smart Society: Innovation and Transformation Toward Smart Region, ICISS 2019*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/ICISS48059.2019.8969826>
- Aulia Pradipta, V. (2024). *Pengelolaan Media Sosial Instagram @ikn_id Berdasarkan The Circular Model of SoMe*. 7(01), 1–13. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v7i1.270>
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2007). Kamus Besar Bahasa Indonesia. In *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. <https://www.kbbi.web.id/>
- Bakhshi, S., Shamma, D. A., & Gilbert, E. (2014). Faces engage us: Photos with faces attract more likes and comments on instagram. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings, June*, 965–974. <https://doi.org/10.1145/2556288.2557403>
- Basten, P., & Djuwita, A. (2019). PENGGUNAAN CIRCULAR MODEL OF SoMe MELALUI INSTAGRAM @TRADEMARK_BDG (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Media Sosial Instagram @trademark_bdg). *E-Proceeding of Management*, Vol. 6(No. 2), 5197–5205. <http://jabar.tribunnews.com/2018/08/21/>
- Basuki, S. (1993). Pengantar Ilmu Perpustakaan Cet. Ke-2. Gramedia Pustaka

Utama, 467.

- Bell, K. (2022). *Increasing undergraduate student satisfaction in Higher Education: the importance of relational pedagogy*. Journal of Further and Higher Education. <https://doi.org/10.1080/0309877X.2021.1985980>
- Cry Cinta P. Anjeli, Betris L. Lengkong, dkk. (2022). Branding Institusi Pendidikan Melalui Media Sosial Instagram. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2), 44. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2893>
- Dermawan, S. F., & Nugraha, A. R. (2024). Pengelolaan Media Sosial Instagram@jabarsaberhoaks oleh Tim Jabar Saber Hoaks dalam Menanggulangi Berita Hoaks terhadap Masyarakat Jawa Barat. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu ...*, 1(July), 396–405. <https://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/Socius/article/view/683%0Ahttps://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/Socius/article/download/683/713>
- Diniati, A., Al Ghifari, M. F., Setiawati, S. D., & Sutarjo, M. A. S. (2023). Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Digital Marketing Hotel Dafam Express Jaksa Jakarta. *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR)*, 1(2), 102. <https://doi.org/10.25124/ijdpr.v1i2.5518>
- Dominici, G. (2009). From Marketing Mix to e-Marketing Mix: a literature overview and classification. *International Journal of Business and Management*, 4(9). <https://doi.org/10.5539/ijbm.v4n9p17>
- Faturtama, D. L., & Abidin, S. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Awal Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Uinsu. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4(3), 1123–1130. <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i3.320>
- Gambetti, R. C., & Graffigna, G. (2010). The concept of engagement: A systematic analysis of the ongoing marketing debate. *International Journal of Market Research*, 52(6), 7. <https://doi.org/10.2501/s147078531020166>
- Hashim, N., & Hamzah, M. I. (2014). 7P's: A Literature Review of Islamic Marketing and Contemporary Marketing Mix. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130, 155–159. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.019>
- Hew, K. F., & Cheung, W. S. (2013). Use of Web 2.0 technologies in K-12 and higher education: The search for evidence-based practice. *Educational Research Review*, 9, 47–64. <https://doi.org/10.1016/j.edurev.2012.08.001>
- Hoffman, D. L., & Fodor, M. (2010). Can you measure the ROI of your social media marketing? *MIT Sloan Management Review*, 52(1), 41–49.
- Hulukati, W., & Djibrin, M. R. (2018). Pemahaman Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Tata Busana pada Penggunaan Sistem Informasi Akademik.

- Jurnal Bikotetik*, 02 No 1, 73–114.
- Indonesia, B. (n.d.). 1, 2, 3. 626–630.
- 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>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management an Asian perspective*. Pearson One, 880 S.
- Kusuma, A., Darma, D., & Sari, S. R. (2023). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi di Perpustakaan Universitas Bangka Belitung Berdasarkan Engagement Rate, Impression dan Reach. *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*, 9(2), 105–116. <https://doi.org/10.14710/lenpust.v9i2.49483>
- Luttrell Regina. (2015). *The Circular Model Of Some*. 7(01), 49–61. <https://ginaluttrellphd.com/the-circular-model-of-some-for-social-communication/>
- Mackenzie Taylor. (2019). *Instagram Engagement: Everything You Need to Know*. <https://www.flick.tech/learn/blog/post/instagram-engagement-rate-everything-you-need-to%0Aknow>
- Meltzer, D. E. (2002). The relationship between mathematics preparation and conceptual learning gains in physics: A possible “hidden variable” in diagnostic pretest scores. *American Journal of Physics*, 70(12), 1259–1268. <https://doi.org/10.1119/1.1514215>
- Munawwarah, R., Hasibuan, S. H., Lesmana, D. Y., & Manik, S. (2023). Studi Kasus: Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Pembelajaran di Perguruan Tinggi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN SU. *Jurnal Penelitian, Pendidikan Dan Pengajaran: JPPP*, 4(2), 103–107. <https://doi.org/10.30596/jppp.v4i2.15344>
- Nofha Rina, S. N. F. (2020). Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 13–24. <https://doi.org/10.35326/medialog.v3i1.479>
- Nuraini, E. (2022). Kepuasan Mahasiswa Terhadap Layanan Bidang Kemahasiswaan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 653–659. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1027>

- Prasetya, A. D., Utama, A. H., & Mastur, M. (2024). Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Penyajian Konten Pembelajaran Digital: Study Literature Review. *Jurnal Riset Dan Inovasi Pembelajaran*, 4(2), 1004–1017. <https://doi.org/10.51574/jrip.v4i2.1702>
- Purnamasari, A. T. (2022). Peningkatan Pengetahuan Tentang Jaminan Kesehatan Nasional (Jkn) Melalui Sosialisasi Di Kelurahan Kampung Dalam Kota Kediri. *Abdimas Galuh*, 4(2), 1283. <https://doi.org/10.25157/ag.v4i2.8503>
- Puspitasari, T., Kusumawati, A., & Sujarwoto, S. (2020). Aplikasi Model DeLone and McLean untuk Mengukur Keberhasilan Sistem Informasi Penelitian dan Pengabdian Masyarakat di Universitas Brawijaya. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 10(1), 94–104. <https://doi.org/10.21456/vol10iss1pp94-104>
- Putri, N. C., Kusma, A., & Adim, R. (2023). Strategi Pembuatan Konten Kreatif oleh Influencer dalam Melakukan Endorsement melalui Instagram. *Journal of Communication, Business and Social Science*, 1(1), 30–37.
- Qurniawati, E. F., Mardani, P. B., & Wulandari, H. (2024). The circular model of “SOME” on digital public relations *Management of Universitas Islam Riau. PRofesi Humas*, 8(2), 216. <https://doi.org/10.24198/prh.v8i2.49088>
- Retno Utari. (2021). *Taksonomi bloom*. 1–13.
- Riyanto, A. D. (2024). *Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>
- Septyami, D. E., & Zuhri, S. (2022). Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram @info_tuban sebagai Sarana Informasi Tuban. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 5(1), 21. <https://doi.org/10.22373/jp.v5i1.12265>
- Siburian, B., Pitaloka, D., & ... (2024). Pengaruh Fasilitas dan Layanan Komunikasi terhadap Kepuasan Mahasiswa di Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar. *Jurnal Ilmiah ...*, 2(6), 612–625. <https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jiem/article/view/1556%0Ahttps://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jiem/article/download/1556/1434>
- Sihombing, P. S. H. (2020). Analisis Efektivitas Penyebaran Informasi Pendidikan di Universitas Internasional Batam Melalui Media Sosial. *Journal of Information System and Technology*, 04(04), 19–33. <https://journal.uib.ac.id/index.php/joint/article/view/1281>
- Sudjono, A. (1996). Pengantar Evaluasi Pendidikan. In *Pengantar Evaluasi Pendidikan*.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. In *Alvabeta*. CV.

- https://www.academia.edu/118903676/Metode_Penelitian_Kuantitatif_Kualitatif_dan_R_and_D_Prof_Sugiono
- Suhardi, Y., Zulkarnaini, Z., Burda, A., Darmawan, A., & Klarisah, A. N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 31–41. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.718>
- Sukarelawan, M. I., Indratno, T. K., & Ayu, S. M. (2024). *N-Gain vs Stacking*.
- Sukmarani, A. F. (2023). *PROSES PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @JIMSHONEY.SMG DENGAN MENGGUNAKAN TEORI “THE CIRCULAR MODEL OF SOME.”*
- Sulistiyono, A., & Jakaria, J. (2022). Analisis Pengaruh Social Media Engagement Terhadap Relationship Quality Yang Dimediasi Oleh Faktor – Faktor Relationship Management. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 11(1), 53. <https://doi.org/10.35906/equili.v11i1.987>
- Suliyanthini, D., & Noerharyono, M. (2019). *Pemahaman Mahasiswa Pada Pembelajaran Merdeka Belajar - Kampus Merdeka*. 8(2), 1–8.
- Suprono Wahyujatmiko, R., Purwanto, W. R., Hilmy, M., & Azhari, R. (2023). Pemasaran Melalui Platfom Instagram Dengan Strategi Funnel Marketing. *Jurnal Manajemen & Bisnis Digital*, 2(1), 65–75. <https://journal.binawan.ac.id/index.php/JMBD/article/view/1093>
- Suryawan, B. A., Dyah, C., & Widodo, J. (2018). ANALISIS PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKADEMIK (SIKAD) ONLINE (Studi Kasus di Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran). *Jurnal Informasi Dan Komunikasi Administrasi Perkantoran*, 2(4). <http://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/jikap>
- Utami, N. F., & Yuliati, N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(2). <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i2.3334>
- Widodo, T., Rivai, A. K., & Krissanya, N. (2023). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Rekha.Coffee Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Ekonomi Akuntansi, Manajemen*, 2(2), 91–107.
- William, & Tiurniari, P. (2020). Kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Mazda Di Kota Batam. *Jurnal EMBA*, 8(1), 1987–1996.
- Williams, M. J. (2021). Attrition happens (and what to do about it). *Journal for Deradicalization*, 26, 217–226. <https://journals.sfu.ca/jd/index.php/jd/article/view/441/269>
- Wilson, L. O. (2016). Blooms Taxonomy Revised - Understanding the New Version of Bloom’s Taxonomy. *A Taxonomy for Learning, Teaching, and Assessing: A*

Revision of Bloom's Taxonomy of Educational Objectives, 1(1), 1–8.

Zafira, D. (2023). *KREATIVITAS DAN KREDIBILITAS KONTEN BESERTA FAKTOR-FAKTOR YANG DIPENGARUHINYA DALAM PENGELOLAAN INSTAGRAM FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI: APLIKASI DARI TEORI SOR*.

Zahra, R., & Rina, N. (2018). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSER HAMIDAH RACHMAYANTI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ONLINE SHOP MAYOUTFIT DI KOTA BANDUNG*. 6(5).
<https://doi.org/10.7868/s0869565218050249>

Zalfa Adli Zaesar, M. S. (2024). Implementasi The Circular Model Of Some dalam Pengelolaan Konten Islami di Instagram@Alifiqra. *Journal of Media Studies and Public Relations*, 1, 24–35. <https://ginaluttrellphd.com/the-circular-model-of-some-for-social-communication/>