

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, Y. (2019). Hubungan Penggunaan Instagram Dengan Keterampilan Menulis Iklan Pada Siswa kelas VIII MTS YPPH Al-Hidayah Ciampea Bogor
- Atmoko Dwi, Bambang. (2012). Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta: Media Kita
- Boyd, D. & Ellison, N. B. (2007). 'Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship'. *Journal of Computer-Mediated Communication*
- Department of eLearning. (2015). Digital literacy : 21st century competences for our age (the building blocks of digital literacy from enhancement to transformation).
- Dimmick, J., Rothenbuhler, E. (1984). *The Theory of the Niche: Quantifying Competition Among Media Industries*.
- Dimmick, J. W. (2003). *Media Competition and Coexistence: The Theory of the Niche* (1st ed.). Routledge.
- Eshet-Alkalai, Y., & Chajut, E. (2009). Changes over time in digital literacy. *Cyberpsychology & Behavior*
- Harjono, H. Soedarto. (2018). Literasi Digital: Prospek dan Implikasinya dalam Pembelajaran Bahasa. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*.
- Haryati. (2012). Ekologi Media di Era Korvengensi. *Digitalisasi dan Korvengensi Media*, hlm. 147-167. Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika, Bandung.
- Haryati, H. (2013). *Televisi Lokal dalam Representasi Identitas Budaya*. Observasi, 11
- Herawati, F. A., & Budi HH, S. (2013). Ekologi Media Radio Siaran di Yogyakarta: Kajian Teori Niche terhadap Program Acara Radio Siaran di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 4(2), 107–130
- Hobbs, R. (2010). *Digital and media literacy: A plan of action*. Washington, D.C.: The Aspen Institute.
- Hobbs, R. (2011). The State of Media Literacy: A response to potter. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*.

- Gunelius, Susan. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies
- Kjell, H. Landsverk. (2014). *The Instagram Handbook*. PrimeHead Limited. United Kingdom
- Kotler Phillip, Kevin Lance Keller. (2012). *Marketing Management 14th edition*. Jakarta:PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Lewis, B.K. (2010). *Social Media and Strategic Communication: Attitudes and Perceptions Among College Student*. *International Journal of Public Relation Society of America*.
- McLuhan, Marshall. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: The MIT Press.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nurdin, Usman. (2002). *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Puntoadi, Danis. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT Elex Komputindo
- R. Sudiyatmoko. (2015). *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*
- S. Djurarsa Sendjaja. (1993) *Teori Komunikasi*. Jakarta. Universitas Terbuka. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI
- Scolari, Carlos A. (2012). *Media Ecology: Exploring the Metaphor to Expand the Theory*, *Communication Theory*, Volume 22, Issue 2,
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suherdi, D. (2021). *Peran Literasi Digital di Masa Pandemi*. Cattleya Darmaya Fortuna.
- Putri, V. C., Sonni, A. F., & Lande, J. P. (2022). *Persuasive Communication Analysis of the Instagram Account of a Niqabi Beauty Influencer*. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*.

West Richard & Lynn H. Turner. (2008). Pengantar Teori Komunikasi: Analisis Dan Aplikasi. Buku 1 edis ke-3 Terjemahan Maria Natalia Damayanti Maer. Jakarta: Salemba Humanika

West, Richard, & Lynn H. Turner. (2014). *Introducing Communication Theory* Fifth Edition. New York: McGraw-Hill Education

Sumber Web:

<https://en.wikipedia.org/wiki/Instagram>

<https://hibernasizine.wordpress.com/2020/06/04/example-post/> Introduksi

<https://www.instagram.com/hibernasizine/>

LAMPIRAN

Profil Penulis



Nama : Muhamad Diaz Antama Putra Yamin
NIM : E021171325
Tempat, Tanggal Lahir : Kendari, 23 Mei 1999
No. HP : 082193160036
Alamat : Jl. Poros Andoolo-Kendari, Konawe Selatan
Nama Ayah : Ir. Muh. Yamin Imran
Nama Ibu : Tuti Sanggula S. Pd.
Riwayat Pendidikan :

1. TK Melati Mekar
2. SDN 1 Punggaluku
3. SMPN 2 Konawe Selatan
4. SMAN 4 Kendari
5. Universitas Hasanuddin

A. Pedoman Wawancara

1. Apa tujuan awal dibentuknya Hibernasizine?
2. Apa arti dari “Hibernasizine”?
3. Apa visi misi dari Hibernasizine?
4. Bagaimana bentuk dan struktur organisasi dari Hibernasizine?
5. Bagaimana pengaturan finansial dari Hibernasizine?
6. Bagaimana proses kerja sama yang dilakukan Hibernasizine dengan pihak luar dalam suatu kegiatan?
7. Bagaimana proses perekrutan anggota dari Hibernasizine?
8. Siapa target atau segmentasi audiensi dari Hibernasizine?
9. Bagaimana timbal balik yang Hibernasizine peroleh dari pembaca?
10. Tema apa saja yang diangkat dalam memproduksi konten, dan apakah ada tema yang menjadi ciri khas dari Hibernasizine?
11. Bagaimana alur pengolahan konten Hibernasizine?
12. Apakah Hibernasizine memiliki konten berkelanjutan/*signature content*?
13. Selain Instagram, apakah ada kanal lain yang digunakan sebagai media penyebaran konten dari Hibernasizine?
14. Seberapa pentingnya penggunaan Instagram dalam menyebarkan konten-konten dari Hibernasizine?
15. Bagaimana Hibernasizine bertahan secara finansial saat 2 tahun awal terbentuk?
16. Bagaimana proses endorsemen yang diterapkan Hibernasizine?
17. Bentuk kerja sama yang sering diterima serta peran dari Hibernasizine dalam kegiatan tersebut?

18. Bagaimana strategi Hibernasizine dalam memenuhi target audiensi?
19. Bentuk informasi yang disampaikan Hibernasizine dalam sebuah kegiatan sebagai media partner?
20. Seberapa sering pengunggahan konten Hibernasizine?

B. Dokumentasi