

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Bambang, 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Bovens, M. (2007). *Akuntabilitas publik*. Oxford University Press
- Cangara, Hafied. 2011 *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua*. Jakarta: Rajawali Pers.
- \_\_\_\_\_. 2017. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Depok: PT Rajagrafind Persada.
- \_\_\_\_\_. 2020, *Komunikasi Pembangunan*. Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada
- \_\_\_\_\_. 2024, *Teori dan Model Komunikasi (Metateori, Perspektif, dan Konteks) Jilid I*. Jakarta, Kencana
- \_\_\_\_\_. 2024, *Teori dan Model Komunikasi (Metateori, Perspektif, dan Konteks) Jilid II*. Jakarta, Kencana
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. 140-157
- Caropeboka, R. (2017). *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Cv Andi Offset
- Canel dan Sanders. (2011). *Introduction: Mapping the Fields of Government Communication*
- Castells, M. (2004). *The Network Society: A Cross Cultural Perspective*, Malden MA: Edwan Elgar
- \_\_\_\_\_. (2009). *Communication Power*, Oxford: Oxford University
- Chadwick, A. (2013). *Sistem media hibrida: Politik dan kekuasaan*. Oxford University Press.

- Conyers, Diana (1991). *Perencanaan Sosial di Dunia Ketiga*. Yogyakarta: UGM Press.
- Devito, Joseph A. 2011. *Komunikasi Antar Manusia (Edisi 5)*. Kharisma Publishing.
- Dunn, N. William. 1998. *Pengantar Analisis Kebijakan Publik*. Jakarta: Gadjah Mada University Press.
- Effendy, 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Erliana, Hasan, 2005. *Komunikasi Pemerintahan*. PT Refika Aditama. Bandung.
- Flew, T. (2017). *New Media: an introduction*. New York: Oxford University Pers.
- Gleason, Jean Berko. (2005). *The Development of Language*. Boston: Pearson.
- Goode, Luke. (2005). *Jurgen Habermas: Democracy and the Public Sphere (Modern European Thinkers)*. Northampton: Pluto Press.
- Grunig, J. E., Grunig, L. A., & Dozier, D. M. (2002). *Excellent public relations and effective organizations, A study of communication management in three countries*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Grunig, J. E., & White, J. (1992). The effect of worldviews on public relations theory and practice. In J. E. Grunig (Ed.), *Excellence in public relations and communications management*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Hamidi, 2007. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. Malang: UMM Press
- Hermawan, C. W. 2010. *Cara Mudah Membuat Komunitas Online dengan PHBB*. Yogyakarta: Andi.
- Hine, Christine. 2001. *Virtual Ethnography*. London: Sage Publication Ltd Rohani
- Holmes, D. 2012. *Teori Komunikasi : Media, Teknologi, dan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Holub, Robert C. 1991. *Jurgen Habermas: Critic in the Public Sphere*. New York: Routledge
- Jordan, T. 1999. *Cyberpower: The Culture and Politics of Cyberspace and the Internet*. London and New York: Routledge.
- Jonathan Sarwono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Joseph Straubhaar, R. L. (2010). *Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology*. USA: Wadsworth.
- José, María Canel dan Karen Sanders. (2011) *Government Communication: An Emerging Field in Political Communication Research*.
- Kapang, F. Y. (2009). *Planet Facebook 6 Jurus Menguasai Facebook*. Yogyakarta: Cemerlang Publishing.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2015). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53, 59–68.
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

- Keller. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. California: Prentice Hall.
- Lee, G., & Kwak, Y. H. (2012). *An Open Government Maturity Model for Social Media-Based Public Engagement*. *Government Information Quarterly*, 492–503.
- Littlejohn, Stephen W Littlejohn dan Karen A Foss. (2014). *Teori Komunikasi, Theories of Human Communication*, Jakarta: Salemba Humanika
- Lisbet , J. G. (2011). *Faktor yang Mempengaruhi Partisipasi Masyarakat dalam Kegiatan Perbaikan Prasarana Jalan*. Bogor: IPB.
- Lister, M., Dovey, J., Gidding, S., Grant, I., & Kelly, K. (2003). *New Media: A Critical Introduction*. New York: Routledge.
- Liliweri. 2015, *The New Media Reader*,
- Luttrell, R. (2019). *Social Media: How to Engage, Share and Connect*. London: Rowman & Littlefield Publishers.
- Luttrell, R. (2020). *Media sosial dan masyarakat*. Rowman & Littlefield.
- Martin Lister. 2009. *New Media: A Critical Introduction, Rputledge London & New York*
- M Amin, A. (2008). *Tata Cara Mendirikan BMT*. Jakarta: PKES Publishing. Mikkelsen, B. (1999). *Metode Penelitian Partisipatoris dan Upaya-upaya Pemberdayaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Madcoms. (2010). *Facebook, Twitter, dan Plurk Dalam Satu Genggaman*. Yogyakarta: Andi.
- McQuail, D. (1992). *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Jakarta: Erlangga
- \_\_\_\_\_. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- McLean, S. (2005). *The Basics of Interpersonal Communication* . Boston, MA: Allyn & Bacon.
- Midgley, David. 2012. *Beyond Habermas: Democracy, Knowledge, and the 13 Public Sphere*. London: British Library
- Molainen, T. &. (2009). *How to Brand Nations, Cities and Destinations : A Planning Book for Place Branding*. NY: Palgrave Macmillan.
- Moleong, J. L. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy & Solatun. (2007). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. (2007) *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. (2014). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Cetakan ke 18. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyati, Ani. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI

- Melkote, Srinivas R. (2018) *Communication For Development And Social Change: An Introduction*, Journal of Multikultural Discourses. VOL. 13, NO. 2, 77–86.
- Nasrullah, Rulli. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta:Kencana
- Nasrullah (2015). *Media Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- \_\_\_\_\_, (2016). *Meida Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- \_\_\_\_\_, (2021). *Manajemen Komunikasi Digital; Perencanaan, Aktivitas, dan Evaluasi*. Jakarta, Kencana
- Onggo, Bob Julius. 2004. *Cyber Public Relations*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKis Pelangi Aksara.
- Pendit, Putu Laxman. (2008). *Perilaku Informasi, Semesta Pengetahuan*. <http://iperpin.wordpress.com/tag/perilakuinformasi/>.
- Pirrolli. (2005). *Information Seeking Behavior of Scient and Their Adaptor to Elektronik Jonals*. University Of North Carolina at Chepel Hill, di akses pada tanggal 3 april 2016 tersedia pada [www.shef.ac.uk/infers/isic/eeskola.html](http://www.shef.ac.uk/infers/isic/eeskola.html)
- Purba Bonaraja, Sherly Gaspersz, dkk. 2020. *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar*, Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Robbins, Stephen, Mary Counter, 2009, *Managemen*, Edisi Delapan, Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang
- Rakhmat, Jalaluddin. (2001). *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT remaja rosdakarya.
- Santoso S.Hamidjojo. 2005. *Komunikasi Partisipatoris*. Bandung: Humaniora.
- Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss. (1996). *Human Communication: Prinsip-prinsip Dasar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Stephen W Littlejohn & Karen A. Foss. (2009). *Teori Komunikasi: Theories of*
- Straubhaar J, La Rose R, Davenport L. (2012). *Media Now*, Cengage Learning: Bandung
- Sumodiningrat Gunawan. 1998. *Pemberdayaan Masyarakat dari JPS*. PT. Gramedia. Jakarta.
- Tjokromidjojo, B. 1998. *Perencanaan Pembangunan*. Jakarta: CV Haji Masagung.
- Vera, Nawiroh. (2016). *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wilson, Terry. 1996. *The Empowerment Mannual*. London: Grower Publishing Company.
- Wilson, T.D. , 1995. *Information-seeking behaviour: designing information systems to meet our clients needs*, <http://informationr.net/tdw/publ/papers/acuril>.
- \_\_\_\_\_. (1999). "Models in Information Behavior Research". Journal of Documentation. Volume 55 No 3. Page 249-270.

- \_\_\_\_\_. (2000) "Human Information Behavior". *Special Issue on Information Science Research* Vol 3. No. 2, Dapat diakses pada <http://inform.nu/Articles/Vol3/v3n2p49-56.pdf>, h. 49
- Yananda, S. (2014). *Branding Tempat: Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas*. Jakarta Selatan: Makna Informasi
- Yasir. (2009). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.
- Zuhdiyah. 2012. *Psikologi Agama*. Yogyakarta: Pustaka Felicha.

### Electronic Sources

- APJII. (2023). *Penetrasi dan perilaku pengguna internet Indonesia 2023*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. <https://apjii.or.id>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Indeks partisipasi digital Indonesia 2024*. <https://bps.go.id>
- Biografi. Biografi Kevin Systrom - Pendiri Instagram, diakses April 2017 melalui halaman [http://www.biografiku.com/2013/12/biografi-kevin-systrom-pendiri-instagram\\_5.html](http://www.biografiku.com/2013/12/biografi-kevin-systrom-pendiri-instagram_5.html)
- Detikstyle. Media Sosial Terpopuler di Indonesia: Facebook, Instagram, Youtube, diakses April 2022 melalui halaman <http://detikstyle.blogspot.co.id/2022/11/media-sosial-terpopuler-di-indonesia.html>
- Kominfo. *Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia*. Diakses Juli 2017 melalui halaman [https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media)
- Kompas.com News Regional. *Ramai-ramai Kepala Daerah Bermedia Sosial, dari Emil hingga Ganjar Pranowo*. Analisis Drone Emprit 24/10/2020
- Udhita, C. (2018). Penggunaan media digital dan partisipasi politik generasi milenial. *Jurnal penelitian komunikasi dan opini public*. 22(2), 91-105.

### Jurnal

- Akhmad Rifqi Septiawan. (2015). "Strategi Komunikasi Pemasaran Buku Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial Instagram (studi deskriptif kualitatif pada Founder @Tausiahku
- A Sarjito, SP Djati. 16, 2023. *The Influence of Social Media on Public Administration*. *A Sarjito. Jurnal Terapan Pemerintahan Minangkabau* 3 (2), 106-117, 2023.
- Aer, Y. (2014). *Analisis Media Sosial 'Path' Sebagai Media Informasi*. *eJournal Ilmu Komunikasi* Volume 2, Nomor 4, 2014, 102-113.

- Alim, A. S., & Rahmawati, D. E. (2021). *Komunikasi Politik Anies Baswedan Melalui Sosial Media Twitter*. *Jurnal Academia Praja*, 4(2), 441–453.
- Banyai, F., Zsila, A., Kiraly, O., Maraz, A., Elekes, Z., Griffiths, M. D., . . . Demetrovics, Z. (2017). *Problematic social media use: results from a large-scale nationally representative adolescent sample*. *Jurnal Pone*, 12(1), 1-13. doi:10.1371/journal.pone.016983
- Bohjalian, E. (2017). *The self-presentation of popular fitspiration experts on instagram*. *Journal of Undergraduate Atlantic Journal of Communication*, 23 (1).
- Bovens, M. (2007a). *Menganalisis dan menilai akuntabilitas: Sebuah kerangka kerja konseptual*. *European Law Journal*, 13(4), 447-468. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0386.2007.00378.x>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). *Menggunakan analisis tematik dalam psikologi*. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Chen, L., & Wang, H. (2024). *Naskah budaya akuntabilitas: Studi fenomenologi tentang pejabat daerah di Indonesia*. *Administrasi Publik dan Pembangunan*, 44(1), 88-102. <https://doi.org/10.1002/pad.1998>
- Choi, Y. H., & Bazarova, N. N. (2014). *Self-disclosure characteristics and motivations in social media: extending the functional model to multiple social network sites*. *International Communication Association*, 41(4), 480-500. doi:doi:10.1111/hcre.12053
- Carr, Caleb T., & Hayes, Rebecca A. (2015). *Social Media: Defining, Developing, and Divining*. *Atlantic: Journal of Communication*.
- Dina Fadiyah, (2021). *Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Positif Presiden Joko Widodo pada Pilpres 2019*
- Eliya, I., & Zulaeha, I. (2017). *Pola komunikasi politik ganjar pranowo dalam perspektif sosiolinguistik di media sosial instagram*. *Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 6(3), 286–296. *Research in Communications*, 8(1), 23-34.
- Boyd, M. D., & Ellison, B. N. (2007). *Social network sites :definition , history , and scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1).
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). *Social media: Defining, developing, and divining*.
- Dahlgren, Peter. 2000. *Television and the Public Sphere: Citizenship, Democracy and the Media*. London: SAGE Publications
- Evi Novianti, Aat Ruchiyat. Nugraha, Lukiati Kamalasari, Diah Sri Rejeki. 2020. *Penggunaan Media Sosial Selebritis Di Jakarta*. *Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanagara*.
- Fitria Listie Suryani. 2015. *“Instagram dan F ebagai Sarana Kampanye dan Partisipasi Digital dalam Pilkada Kota Depok Tahun 2020*. *Al-Munir*, Vol 11 Nomor 1/2020
- Gupta, R. (2023). *Metodologi dekolonisasi dalam kajian media di Asia Tenggara*. *Asian Communication Review*, 40(1), 45-67. <https://doi.org/10.1080/01292986.2023.1187712>

Harrera, A. E. P. (2016). *Pemanfaatan media sosial Twitter oleh Ridwan Kamil dan Ganjar Pranowo telah sesuai dengan fungsi utama media massa*. *Jurnal The Messenger*, 8(2), 52–60.

[https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/20709/1/TA\\_Sriatun\\_HUMAS.pdf](https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/20709/1/TA_Sriatun_HUMAS.pdf)

Ildzhar Inzaghi Setiawan, (2020). *Analisis Pemetaan Komunikasi Kepala Daerah dalam Menggunakan Media Sosial Instagram untuk Mewujudkan Program Pemerintah Smart City dengan Pendekatan Analisis Konten*.

Heeks, R. (2022). *Penggabungan digital yang merugikan di negara berkembang*. *Jurnal Kerjasama Selatan-Selatan dalam Kebijakan Publik*, 2(1), 15-30.

Hyland, P. (2000). *Menjembatani kesenjangan akuntabilitas dalam tata kelola media sosial*. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(1), 19-29.

Ignatov, I. (2020). *Standar tata kelola digital BRICS: Menuju interoperabilitas*. *Journal of Global Governance*, 6(3), 234-250. <https://doi.org/10.1016/j.gjga.2020.05.004>

Istiqomah. (2017). *Penggunaan media sosial dengan tingkat agresivitas*. *Jurnal Insight Fakultas Psikologi*, 13, 2.

Indra, D., & Wahid, U. (2021). *Tinjauan Literatur: Digital Komunikasi Politik Anies Baswedan*. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 228–239.

Jiang, M. (2024). *Kedaulatan digital dan tata kelola lokal di negara berkembang*. *Information Polity*, 29(1), 85-102. <https://doi.org/10.1007/s12394-023-09305-0>

Joia, L.A., Meijer, A.J., & Bolívar, M.P. (2020). *Transformasi pemerintahan digital di negara-negara berkembang: Menyeimbangkan legitimasi dan efisiensi*. *Government Information Quarterly*, 37(1), Artikel 101472. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.101472>

Kemp, S. (2021). *Digital 2021: The Latest Insights Into “The State of Digital.” We Are Social*. <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital/>

Kim, H., & Lee, S. (2019). *Mekanisme umpan balik terstruktur di pemerintah daerah Asia Tenggara*. *Government Information Quarterly*, 36(1), 16-25. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2018.11.005>

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2023). *Statistik akun media sosial pemerintah daerah*. <https://www.kominfo.go.id>

Klischewski, R. (2014). *When virtual reality meets realpolitik: Social media shaping the Arab government–citizen relationship*. *Government Information Quarterly*, vol. 31(2), pp.358–364..

Kuhlthau, C. C. (1993). *A principle of uncertainty for information seeking*. *Journal of Documentation*, 49(4), 339–355. <http://www.emeraldinsight.com/doi/10.1108/eb026404>

- Kusuma, S. A. (2014). *Analisis Penggunaan Twitter Sebagai Media Komunikasi ashion Remaja (Studi Kasus Peran Social Media Instasram Terhadap Trend Fashion Remaja Dalam Akun @Ootdindo Tahun 2014*”
- Lee-Geiller, H. (2023). *Partisipasi warga negara sebagai kunci transisi pemerintahan digital*. *Public Management Review*, 25(4), 523-541. <https://doi.org/10.1080/14719037.2023.1782721>
- Melisa Arisanty, Meisilina Irmayanti. (2016). *Strategi Mass Self Communicatiob Kepala Daerah di Media Sosial dalam Mewujudkan Partisipasi Masyarakat untuk Menyukkseskan Program Pemerintah Daerah (Studi terhadap dua Akun Media Sosial Pemimpin Daerah @ridwankamil dan @ganjarpranowo*.
- Mergel, I. (2013). *Adopsi media sosial dan taktik yang dihasilkan di sektor publik*. *Government Information Quarterly*, 30(1), 123-130. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2012.10.003>
- Mutsvairo, B., & Rønning, H. (2020). *Partisipasi digital di Afrika: Konteks dan kendala*. *African Journalism Studies*, 41(1), 3-17. <https://doi.org/10.1080/23743670.2020.1710418>
- Muhammad Irfan Dwitama, Firza Alif Hakiki, Endang Sulastri, Usni, Djoni Gunarto (2021).
- Navarro, C., Ganapathy, D., & Raynauld, V. (2023). *Budaya visual, personalisasi, dan politik: Analisis komparatif komunikasi berbasis Instagram para pemimpin politik di Spanyol dan India*. *International Journal of Strategic Communication*, 17(4), 381-397. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2023.2209572>
- Puntoadi, Danis. 2011. *Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Putri, W. S. R., Nurwati, R. N., & Budiarti, S. M (2016). *7 Pengaruh media sosial terhadap perilaku remaja*. *Prosiding Ks:riset & Pkm*, 3(1), 1–154.
- Purnama, H. (2014). *Media Sosial dan Revolusi Budaya Baca Di Kalangan Digital Natives*. The 1st Indonesia Media Research Awards & Summit (IMRAS), 1–17.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011.
- Rogers Everett M. 2003. *Communication Technology: The New media in Society*. New York: The Free Press.
- Rosadi, B., Darmawan, C., & Anggraeni, L. (2020). *The Influence Of Political Message On Social Media For Increasing The Political Literacy Of Millenial Generation*. *Jurnal Civicus*, 20(1), 26–30.
- Silalahi, Akademik 2015-2016. Ulber (2004), *Komunikasi Pemerintahan: Mengirim dan Menerima Informasi Tugas Dan Informasi Publik*, *Jurnal Administrasi Publik*, Vol. 3, No. 1.
- Stieglitz, S., & Dang-Xuan, L. (2013). *Social media and political communication: a social media analytics framework*. *Social Network Analysis and Mining*, 3(4), 1277–1291.
- Subandi. (1982). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Bulan Bintang.

- Suryo, H., & Aji, H. K. (2020). *Media Sosial dan Pesan Politik (Persepsi Pemilih Pemula Dalam Menerima Pesan Politik Pada Pemilihan Umum 2019 Melalui Media Sosial)*. Research Fair Unisri, 4(1).
- Tengku Imam Syarifuddin, 202. *Model Komunikasi dan Pemanfaatan Media Sosial oleh Kepala Daerah*
- Vanessa Junaidi dan Suzy Azeharie, (2021). *Perbandingan Personal Branding Perempuan Kepala Daerah Tingkat II di Indonesia melalui Instagram*
- Widhan Khalyubi, Christian Deswinta Bangun, Fikri Ardiansyah, M Rifqi Romadhona. (2021). *Media Sosial dan Pengaruhnya terhadap Partisipasi Politik Masyarakat di Pilkada 2020 Tangerang Selatan*
- Zuhdiyah, Venty. (2009). *Perilaku Informasi pada Mahasiswa Kelas Reguler Bahasa Inggris dan Departemen Akuntansi Unair*. <http://lib.unair.ac.id>



