

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (5th ed.)*. California: SAGE Publications, Inc.
- Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga pemerintah*. Jakarta: Direktorat Pengelolaan Media Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Gregory, A. (2005). *Public Relations Dalam Praktik*. Jakarta: Erlangga.
- Huberman, A. M., & Miles, M. B. (2014). *Analisis data Kualitatif Terj. Tjejep Rohidi*. Jakarta : UI Press
- Luttrell, R. (2015). *Social media: how to engage, share, and connect*. London: Rowman & Littlefield.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rachmawati, I., Millanyani, H., & Ariyanti, M. (2021). *Pemasaran Melalui Media Sosial untuk Usaha Mikro Kecil Menengah*. Bandung: Tel-U Press.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2018). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2019). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Wardhana, A., & Iba, Z. (2023). *Metode Penelitian*. Purbalingga: Eureka Media Aksara
- Yakovleva, N. (2005), *Corporate social responsibility in the mining industries*. London: Ashgat.
- Yin, R. K. (2009) *Case Study Research: Design and Methods (4th ed.)*. California: SAGE Publications, Inc.

Jurnal:

- Catur Bagus Wicaksono, K. (2013). Mengukur Efektivitas Social Media Bagi Perusahaan. *Binus Business Review*, 4(1), 551–564. <https://doi.org/10.21512/bbr.v4i1.1419>
- Dewi Sani Sukma, & Sumarwan, U. (2023). Content Analysis of Social Marketing Content on #DAURULANG Hashtag Users on Instagram. *Journal of Child, Family, and Consumer Studies*, 2(1), 57–68. <https://doi.org/10.29244/jcfcs.2.1.57-68>
- Diniati, A., Al Ghifari, M., Setiawati, S., & Sutarjo, M. (2023). Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Digital Marketing Hotel Dafam Express Jaksa Jakarta. *Indonesian Journal Of Digital Public Relations (IJDPR)*, 1(2), 102-115. doi:10.25124/ijdpr.v1i2.5518
- Gavriela, R. (2023). *Enrichment: Journal of Management The influence of instagram content on the shopping behavior of women's clothing products in women's generation z mediated by consumer network behavior. Enrichment: Journal of Management* (Vol. 13). <https://doi.org/10.35335/enrichment.v13i3.1595>
- Hidayat, D. N. (2012). *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik. Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia*, 66, 37–39.
- Hidayati, A., Surya, E. D., Arief, A. S., GS, A. D., & Reyes, J. M. G. (2022). Social Media Skill in Public Relations and Customer Service for Employers. *Nyimak: Journal of Communication*, 6(1), 17. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v6i1.4977>
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). *Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- McCosker, A., Kamstra, P., De Cotta, T., Farmer, J., Shaw, F., Teh, Z., & Soltani Panah, A. (2021). Social media for social good? A thematic, spatial and visual analysis of humanitarian action on Instagram. *Information Communication and Society*, 24(13), 1870–1890. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1748089>
- Nafsyah, A. S., Maulidyah, S. R., Nurlia, A. S., & Adhyanti, W. P. (2022). *Analisis Konten Media Sosial Instagram BY.U Sebagai Media Penyebaran Informasi & Komunikasi. Massive: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 1. <https://doi.org/10.35842/massive.v2i2.57>

- Pertiaz, Sherly & Sunaryo, Silvia. (2023). *Penggunaan Media Sosial oleh PT KAI dalam Meningkatkan Komunikasi dengan Pelanggan*. *Jurnal Penelitian Inovatif*. 3. 385-394. 10.54082/jupin.169.
- Prayogo, D. (2011). *Evaluasi Program Corporate Social Responsibility dan Community Development pada Industri Tambang dan Migas*. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 15(1), 43. <https://doi.org/10.7454/mssh.v15i1.893>
- Putri, D. M., & Yulianti. (2020). *Penerapan Karakteristik Konten Instagram @netflixid pada Followers*. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 6(2), 271–276.
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81–95. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Saifuddin, D. E. ; Z. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram @info_tuban Dalam peningkatan Pengikut. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 3(2), 46–60. <http://dx.doi.org/10.22373/jp.v5i1.12265>
- Susilo, D., & Putranto, T. D. (2021). Content analysis of instagram posts related to the performance of the national search and rescue agency in early 2021. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1). <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i1.3463>

Website:

- Digital 2022: Another Year of Bumper Growth. (2022, January 26). *We Are Social*. <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>
- <https://data.goodstats.id/statistic/Fitrinurhdyh/konsumsi-bbm-di-indonesia-meningkat-pada-2022-ESja8>
- Pertamina. (2023). *In Indonesia Investments*. <https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/profil-perusahaan/pertamina/item341?#:~:text=Pertamina adalah perusahaan milik negara,hilir industri minyak dan gas>
- Rizaty, M. A. (2023, March 30). Pengguna Instagram di RI Capai 106,72 Juta hingga Februari 2023. *DataIndonesia.Id*. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-instagram-di-ri-capai-10672-juta-hingga-februari-2023>
- Winarso, Bambang. (2015, September 12). Apa itu Instagram, Fitur dan Cara Menggunakannya?. (diakses November 2023). Retrieved from <https://hybrid.co.id/post/apa-itu-instagram>