

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiansyah, M. F., MLT, R. R., & Hamzah, R. E. (2023). Implementasi Marketing Public Relations PT Gojek Dalam Penggunaan Aplikasi Gopay Bagi Customer. *PETANDA: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora*, 5(2), 82–96. <https://doi.org/10.32509/petanda.v5i2.3272>
- Akbar, A. A., & Umer, S. (2023). Public Relations Marketing Strategy In Improving Product Brand Image Through Instagram (@Wings_indonesia). *Sinergi International Journal of Communication Sciences*, 1(1), 55–63. <https://doi.org/10.61194/ijcs.v1i1.20>
- Alvin, V., Tjahjo, J. D. W., & Goenawan, F. (2020). Efektivitas Website Auto2000 Sebagai Media Promosi Pada Masyarakat Kota Surabaya. *E-Komunikasi*, 8(2), 1–11.
- Andersson, R. (2023). Public Relations Strategizing: A Theoretical Framework for Understanding the Doing of Strategy in Public Relations. *Journal of Public Relations Research*, 00(00), 1–22. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2023.2259523>
- Azizah, D. N., & Yuningsih, S. (2023). Strategi Marketing Public Relations Dalam Mempromosikan Bisnis Fashion Meccanism Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Bincang Komunikasi*, 1(1), 29–35.
- Bramantoro, T. (2023). *RANS PIK Basketball Gandeng Pertamina Gas Negara Jelang Arungi IBL 2023*. TribunSport. <https://www.tribunnews.com/sport/2023/02/28/rans-pik-basketball-gandeng-pertamina-gas-negara-jelang-arungi-ibl-2023>
- Center, K. D. I. (2022). *Persepsi masyarakat terhadap energi terbarukan*. 1–49.
- Eynde, E. Van den. (2024). *Maximize Your Reach with the Latest Social Media Algorithms for 2024*. Story Chief Insight. <https://storychief.io/blog/social-media-algorithms-updates-tips#2tubq>
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, L. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Y. Novita (Ed.), *PT. Global Eksekutif Teknologi* (Issue March). PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI. <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>

- Global Media Insight. (2024). *YOUTUBE STATISTICS 2024 (DEMOGRAPHICS, USERS BY COUNTRY & MORE)*. <https://www.globalmediainsight.com/>.
<https://www.globalmediainsight.com/blog/youtube-users-statistics/>
- Harris, T. L. (1991). The marketer's guide to public relations: How today's top companies are using the new public relations to gain a competitive edge. In *Public Relations Review* (Vol. 17, Issue 3). [https://doi.org/10.1016/0363-8111\(91\)90025-g](https://doi.org/10.1016/0363-8111(91)90025-g)
- Heryana, A., & Unggul, U. E. (2018). Informan Dan Pemilihan Informan Dalam Penelitian Kualitatif. *Sistem Informasi Akuntansi: Esensi Dan Aplikasi*, December, 14. eprints.polsri.ac.id
- Hien, N. N., & Nhu, T. N. H. (2022). The effect of digital marketing transformation trends on consumers' purchase intention in B2B businesses: The moderating role of brand awareness. *Cogent Business and Management*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2105285>
- Howarth, J. (2024). *TikTok User Age, Gender, & Demographics (2024)*. Exploding Topics. <https://explodingtopics.com/blog/tiktok-demographics>
- Irfanita, M. Y. (2020). *OPINI - PERKEMBANGAN TEKNOLOGI PADA BIDANG PEMASARAN*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/fanongg/opini-perkembangan-teknologi-pada-bidang-pemasaran-1twri96vyYl/2>
- Jacob, J. (2022). *Tujuan & Cara Menyusun Strategi Komunikasi Pemasaran*. TapTalk.Io. <https://taptalk.io/blog/komunikasi-pemasaran/>
- Kanaan, K., Abuhjeeleh, M., Darabseh, F., Taha, O., & Aljawarneh, N. M. (2023). How digital marketing and innovative performance contribute to hotel restaurant revenue growth: The mediating role of knowledge sharing. *Cogent Social Sciences*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2209985>
- Kementerian ESDM. (2023). *Total Nilai Ekspor LNG 6,6 M, Indonesia Optimis Jadi Key Player LNG*. Migas.Esdm.Go.Id. <https://migas.esdm.go.id/post/read/total-nilai-ekspor-lng-6-6-m-indonesia-optimis-sebagai-key-player-lng>
- Kemeunkeu. (2022). *Ini Komitmen Indonesia Mencapai Net Zero Emission*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Ini-Komitmen-Indonesia-Mencapai-Net-Zero-Emission>

- Khoisah, Hajrah, & Syafril. (2017). Persepsi Masyarakat Terhadap Rencana Pemerintah Membuka Area Pertambangan Emas di Desa Sumi Kecamatan Lambu Kabupaten Bima. *Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 1(2), 141–149.
- Khopipah, S., & Turistiati, A. T. (2020). Challenges of dual roles of marketing public relations and public relations in developing a positive image of PT. Overseas Zone. *Informasi*, 49(2), 91–100. <https://doi.org/10.21831/informasi.v49i2.28256>
- Mardiyanto, D., & Slamet, G. (2019). ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MERCHANDISE DI KEDAI DIGITAL 8 SOLO (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran). *Surakarta Management Journal*, 1(1), 43. <https://doi.org/10.52429/smj.v1i1.329>
- Mawaddah, L., Lau, E. A., & Sriandanda, D. R. (2022). Analisis Kinerja Keuangan Pada PT Perusahaan Gas Negara Tbk Sebelum dan Sesudah Akuisisi. *Jurnal Exchall: Economic Challenge*, 4(2), 32–44. <https://jurnal.publikasi-untagcirebon.ac.id/index.php/exchall/article/view/292/188>
- Minsya. (2023, June 12). (PGAS) PT Perusahaan Gas Negara Tbk : Berdiri Sejak 1863. Syariahs Saham. <https://syariahsaham.id/pgas-pt-perusahaan-gas-negara-tbk/>
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(1), 23. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i1.7616>
- Murdiyanto, E. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai Contoh Proposal)* (1st ed.). Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press.
- Nurdiansyah, F., & Rugoyah, H. S. (2021). Strategi Branding Bandung Giri Gahana Golf Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Purnama Berazam*, 2(2), 153–171.
- Nurdin Batjo. (2018). Penerepan komunikasi pemasaran terhadap perilaku dan putusan pembelian. *Of Islamic Management And Bussines*, 1(2), 9–40.
- Nurfaddilah, S. S., Fitriana Poerana, A., & Nayiroh, L. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Perusahaan Gas Negara Area Karawang Dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Pelanggan

- Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Singaperbangsa Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(22), 394–402. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7349815>
- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2017). KAJIAN TENTANG EFEKTIVITAS PESAN DALAM KOMUNIKASI. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 3(1), 90–95. https://drive.google.com/file/d/1z_XrRz1-1VyKMHkO556deQGWwu-FcYqs/view
- Oktaviani, F. &, & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *Proceedings of the 2017 International Conference On Smart Technology for Smart Nation, SmartTechCon 2017*, 3(1), 1514–1518. <https://doi.org/10.1109/SmartTechCon.2017.8358617>
- Pahwa, M., Cavanagh, A., & Vanstone, M. (2023). Key Informants in Applied Qualitative Health Research. *Qualitative Health Research*, 33(14), 1251–1261. <https://doi.org/10.1177/10497323231198796>
- Perdana, A. (2021). *Memahami Strategi Canvassing dalam Penjualan Beserta Plus-minusnya*. Glints. <https://glints.com/id/lowongan/canvassing-adalah/#:~:text=Canvassing> merupakan aktivitas terencana yang, dari para pengecer atau konsumen.
- Permatasari, A. N., Soelistiyowati, E., Suastami, I. G. A. P. P., & Johan, R. A. (2021). Digital Public Relations: Trend and Required Skills. *Jurnal ASPIKOM*, 6(2), 373. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v6i2.836>
- PGN. (2022). *Laporan Tahunan Annual Report PT Perusahaan Gas Negara Tbk*. 1–680.
- Pohan, D. D., & Fitria, U. S. (2021). Jenis Jenis Komunikasi. *Educational Research and Social Studies*, 2(3), 29–37. <https://doi.org/10.1002/0471715220.ch3>
- Pratiwi, nuning. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1, 213–214.
- Prokomsetda. (2019). *Public Relations di Era Digital*. Prokomsetda.Bulelengkab. <https://prokomsetda.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/public-relations-di-era-digital-50>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Putri, I. (2023). *PGN Raih Dua Penghargaan di Ajang KIP Digital BUMN Awards 2023*.

- Detiknews. <https://news.detik.com/berita/d-7010525/pgn-raih-dua-penghargaan-dijang-kip-digital-bumn-awards-2023>
- Putri, Y. A., & Junaidi. (2020). Peran Komunikasi Pemasaran Dalam Mempertahankan Konsumen Di Sandang Mas Indonesia. *Network Media*, 3(2), 77–81. <https://doi.org/10.46576/jnm.v3i2.851>
- Qotrun. (2021). *Pengertian Kerangka Pemikiran: Cara Membuat dan Contoh*. Gramedia Blog. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-penelitian-kualitatif/>
- Qotrun A. (2021). *Pengertian Metode Observasi dan Contohnya - Gramedia Literasi*. Gramedia Blog. https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-metode-observasi-dan-contohnya/#Pengertian_Observasi
- Rachmawati, F., Rahmawati, D. H., & Wibowo, A. A. (2022). Ikoy Ikoy Digital Marketing Public Relations Strategy on Instagram. *Proceedings of the 3rd International Media Conference 2021 (IMC 2021)*, 672(Imc), 31–41. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220705.003>
- Rahmat, Z. (2022). Marketing Public Relations (MPR) Sebagai Strategi Pemasaran Yang Efektif Di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara (PKN)*, 4(1S), 315–325. <https://doi.org/10.31092/jpkn.v4i1s.1863>
- Rahmawati, S. A., Setianti, Y., & Lukman, S. (2019). Strategi Marketing Public Relations Checo Café Resto. *Jurnal Komunikatif*, 8(1), 1–22. <https://doi.org/10.33508/jk.v8i1.1981>
- Raudzah Akhlakulkarimah, & Anisah, N. (2017). Efektivitas Kegiatan Public Relations Online Melalui Website Sebagai Pendukung Strategi Pemasaran Di Hotel Bayu Hill Takengon. *Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 2, 1–7.
- Reuters. (2023). *About Perusahaan Gas Negara Tbk PT (PGAS.JK)*. Reuters.Com. <https://www.reuters.com/markets/companies/PGAS.JK/>
- Rohnulyanti, H. (2023). Marketing Public Relations pada Startup dalam Membangun Kepercayaan Konsumen di Era Marketing 4.0. *AT-TABSYYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 10(1), 61–80. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v10i1.21447>
- Rona, N. M., Sufa, S. A., & Ratnasari, E. (2022). Aktivitas Digital Public Relations Dalam Akun Instagram @Ortuseight. *Medium*, 10(1), 69–83.

[https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10\(1\).9149](https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10(1).9149)

Rusandi, & Muhammad Rusli. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 48–60. <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>

Sdgshebat. (2024). *MENYELAMATKAN BUMI SATU HISTORY GADGET PADA WAKTUNYA: PERAN GENERASI MUDA DALAM MENGURANGI DIGITAL CARBON FOOTPRINT GUNA MENCAPAI NET ZERO EMISSION*. Sdgscenter.Unair.Ac.Id. <https://sdgscenter.unair.ac.id/menyelamatkan-bumi-satu-history-gadget-pada-waktunya-peran-generasi-muda-dalam-mengurangi-digital-carbon-footprint-guna-mencapai-net-zero-emission/>

Shaid, N. J. (2023). *PGN Subholding Gas Pertamina Garap Proyek Biomethane*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2023/07/04/221646526/pgn-subholding-gas-pertamina-garap-proyek-biomethane?page=all>

Simanullang, P. E. (2019). Public Relations Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Niagawan*, 8(2), 108. <https://doi.org/10.24114/niaga.v8i2.14259>

Simon, K. (2023). *DIGITAL 2023 OCTOBER GLOBAL STATSHOT REPORT*. Datareportal.Com. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-october-global-statshot>

Socialblade. (2021). *Social Blade Instagram Stats*. Social Blade. <https://socialblade.com/instagram/user/iqbaal.e>

Socialblade. (2024). *Engagement Rate Instagram @gas_negara*. Social Blade. https://socialblade.com/instagram/user/gas_negara

Subitmele, S. E. (2023). *Profil PT PGN, Perusahaan yang Bergerak di Bidang Transmisi dan Distribusi Gas Bumi*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/hot/read/5170655/profil-pt-pgn-perusahaan-yang-bergerak-di-bidang-transmisi-dan-distribusi-gas-bumi?page=2>

Sudadi, S. (2023). *PGN Area Tangerang Suplai Gas ke PT Aneka Baja Perkasa Industri, Dukung Daya Saing Industri Baja*. RuangEnergi. <https://www.ruangenergi.com/pgn-area-tangerang-suplai-gas-ke-pt-aneka-baja-perkasa-industri-dukung-daya-saing-industri-baja/>

Sunardi, L. (2021). *Begini Upaya Pemerintah Untuk Dorong Penyerapan Gas Bumi Nasional*. Bisnis.Com. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210910/44/1440605/begini-upaya->

pemerintah-untuk-dorong-penyerapan-gas-bumi-nasional

- Suparyanto dan Rosad (2015. (2020). Literasi perpajakan berupa pengetahuan pajak, kesadaran pajak, serta kepatuhan pajak dari wajib pajak yang berfokus kepada pajak orang pribadi di Dusun Karang Balong Desa Bener. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3), 248–253.*
chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcgclcfindmkaj/https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/20757/3/T1_162015002_BAB III.pdf
- Sutantio, K., & Oktavianti, R. (2023). Marketing Public Relations in Ornamental Fish Companies in Getting New Customers (a Case Study At Pt. Jupiter Indonesia). *International Journal of Application on Social Science and Humanities, 1(1), 557–567.*
<https://doi.org/10.24912/ijassh.v1i1.25909>
- Tanujaya, C. (2017). Perancangan Standart Operational Procedure Produksi Pada Perusahaan Coffein. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, 2(1), 90–95.*
- Tempo.co. (2023). *PGN Raih Dua Penghargaan di KIP BUMN Awards 2023.* Nasional.Tempo.Co. <https://nasional.tempo.co/read/1790392/pgn-raih-dua-penghargaan-di-kip-bumn-awards-2023>
- Utomo, E. S., Atmaja, S., & Nur'aeni. (2022). Strategi Marketing Public Relations Dealer Daihatsu Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Di Masa Pandemi Covid-19. *Bandung Conference Series: Public Relations, 5(2), 159–169.*
<https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i1.1458>
- Vincentius Jason Antaufhan, & Santi Isnaini. (2023). Strategi Digital Marketing Strategy Public Relations Miracle Aesthetic Clinic Surabaya Via Instagram @miracle_surabaya. *Jurnal Media Dan Komunikasi, 3(2), 136–151.*
<https://doi.org/10.20473/medkom.v3i2.42171>
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai, 7(1), 2896–2910.*