

Aktivitas Online *Public Relations* Melalui Pengelolaan
Media Sosial Instagram
(studi kasus pada akun @school_of_parenting)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Muhammadiyah Malang

Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi



Oleh:

Utita Su'ad

202010040311404

Dosen Pembimbing:

Jamroji, S.Sos, M.Comms.

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG 2025

LEMBAR PENGESAHAN

**Aktivitas Online *Public Relations* Melalui Pengelolaan Media Sosial
Instagram (Studi Kasus pada Akun @school_of_parenting)**

Diajukan Oleh :

UTITA SU'AD
202010040311404

Telah disetujui
Rabu, 26 Februari 2025

Pembimbing I



Jamroji, S.Sos, M.Comms.

Wakil Dekan I



Najamuddin, Mairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Utita Su'ad
202010040311404

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
L U L U S

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Rabu, 26 Februari 2025
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Dr. Joko Susilo, M.Si**
2. **Moch. Fuad Nasvian, M.I.Kom**
3. **Jamroji, S.Sos, M.Comms.**

()
()
()

Mengetahui
Wakil Dekan I  Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Najamuddin Shajiq Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

SURAT KETERANGAN SIAP UJI


UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN
Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VII/2024

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama	: Utita Su'ad
No. Induk Mahasiswa	: 202010040311404
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: AKTIVITAS ONLINE <i>PUBLIC RELATIONS</i> DALAM MEMBANGUN <i>PUBLIC TRUST</i> MELALUI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KASUS PADA AKUN @SCHOOL_OF_PARENTING)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 13 Februari 2025






Dosen Pembimbing


Jamroji, S.Sos, M.Comms.




Kampus I Jl. Brawijaya 1 Malang, Jawa Timur T: +62 341 551 251 (Malang) F: +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bunderungan Sutomo No. 165 Malang, Jawa Timur T: +62 341 551 148 (Malang) F: +62 341 567 080	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No. 240 Malang, Jawa Timur T: +62 341 404 316 (Malang) F: +62 341 400 435 E: webmaster@umma.ac.id
--	--	---

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

 UNIVERSITAS MURAHMADIYAH MALANG  	<p style="text-align: center;">Lembar Persetujuan Skripsi</p> <p>Nama : Utita Su'ad NIM : 202010040311404 Jurusan : Ilmu Komunikasi Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Judul Skripsi : AKTIVITAS ONLINE <i>PUBLIC RELATIONS</i> DALAM MEMBANGUN <i>PUBLIC TRUST</i> MELALUI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KASUS PADA AKUN @SCHOOL_OF_PARENTING)</p> <p style="text-align: center;">Disetujui, Pembimbing</p> <p style="text-align: center;"> Jamroji, S.Sos, M.Comms.</p> <p style="text-align: center;">Mengetahui, Ketua Prodi Ilmu Komunikasi</p> <p style="text-align: center;"> Nasrullah, S.Sos, M.Si.</p>
--	--

SURAT PERNYATAAN

**UMM**
UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama	: Utita Su'ad
NIM	: 202010040311404
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang


LIMMPASTI


Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul : AKTIVITAS ONLINE *PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMBANGUN *PUBLIC TRUST* MELALUI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KASUS PADA AKUN @SCHOOL_OF_PARENTING) adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.
2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 13 Februari 2025
Yang Menyatakan.


Utita Su'ad

UN-QA

Kampus 1 Kampus 2 Kampus 12

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29 TENTANG PELAKSANAAN
DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/~~TESIS~~/~~DISERTASI~~ DENGAN JUDUL:

AKTIVITAS ONLINE *PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMBANGUN *PUBLIC TRUST*
MELALUI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KASUS PADA AKUN
@SCHOOL_OF_PARENTING)

Oleh:

Nama : Utita Su'ad

NIM : 202010040311404

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,
Malang, 13 Februari 2025

Pembimbing I/Promotor

Jamroji, S.Sos, M.Comms.
NIP. 10302030373

(*) Coret yang tidak perlu



Kampus I

Jl. Bawangsari 1 Malang, Jawa Timur
P. 401 341 501 253 (Bandung)
F. 401 341 400 825

Kampus II

Jl. Bawangsari Suciari No. 108 Malang, Jawa Timur
P. 401 341 501 340 (Bandung)
F. 401 341 400 825

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No. 240 Malang, Jawa Timur
P. 401 341 400 310 (Bandung)
F. 401 341 400 825
E. webmaster@umm.ac.id

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

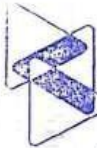
Nama : UTITA SU'AD
NIM : 202010090311909

Hasil Plagiasi : $\frac{10}{2}$ $\frac{12}{2}$

BAB I	46	19		
BAB II	33	2		
BAB III	49	19		

$\frac{10}{2}$

BAB IV	5			
BAB V	0			
BAB VI	0			



Malang, 12 FEBRUARI 2025
PROGRAM STUDI
Admin Plagiasi Prodi
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

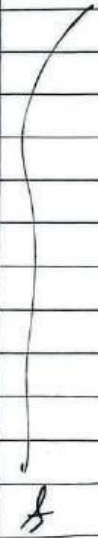
M. Dasuki



BERITA ACARA BIMBINGAN


BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Utita Su'ad
N.I.M : 202010040311404
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Penelitian : Aktivitas Online *Public Relations* dalam membangun *Public Trust* Melalui Pengelolaan Media Sosial Instagram (Studi Kasus pada akun @school_of_parenting)
Pembimbing : Jamroji, S.Sos, M.Comms.

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
04/11/2023	Membuat tema penelitian dan menyusun judul proposal	
15/11/2023	Bimbingan secara luring mengenai revisi bab 1, bab 2, dan bab 3	
20/11/2023	Pengumpulan bab 1, bab 2, dan bab 3	
26/12/2023	Revisi bab 1, bab 2, dan bab 3	
05/01/2024	ACC bab 1, bab 2, bab 3	
17/01/2024	Melakukan presentasi seminar proposal bab 1, bab 2, dan bab 3	
07/05/2024	Diskusi draft wawancara	
03/06/2024	Melanjutkan proses pengambilan data bab 4	
26/08/2024	Diskusi hasil penelitian bab 4	
10/12/2024	Revisi bab 4 dan bab 5	
13/01/2025	Revisi bab 4 dan 5 serta menentukan jadwal seminar hasil	
20/01/2025	Seminar Hasil Skripsi	

Malang, 13 Februari 2025

Dosen Pembimbing,


Jamroji, S.Sos, M.Comms.

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

Pada hari Senin, 20 Januari 2025 pukul 19.00 WIB telah dilaksanakan Seminar Hasil Penelitian Skripsi oleh:

Nama Peneliti	Utita Su'ad
NIM	202010040311404
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi/Public Relations
Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	Aktivitas Online <i>Public Relations</i> dalam membangun <i>Public Trust</i> Melalui Pengelolaan Media Sosial Instagram (Studi Kasus pada akun @school_of_parenting)
Dosen Pembimbing	Jamroji, S.Sos, M.Comms.
Dosen Penguji	Dr. Joko Susilo, S.sos.,M.Si

Seminar Hasil Skripsi dilaksanakan secara daring (*online*) melalui *platform* Zoom Meeting

<https://us06web.zoom.us/j/82470807241?pwd=IKmrcOfC02vbZYLakvYUuaRz0Cw6Zw.1>

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji dan sejumlah 30 peserta seminar (daftar hadir terlampir) Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS

Mengetahui,
Dosen Penguji



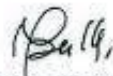
Dr. Joko Susilo, S.sos.,M.Si

Malang, 13 Februari 2025
Dosen Pembimbing



Jamroji, S.Sos, M.Comms.

Kaprodi Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si

ABSTRAKSI

ABSTRAK

Utita Su'ad. NIM 202010040311404. *Aktivitas Online Public Relations dalam Membangun Public Trust Melalui Pengelolaan Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Akun @School_of_parenting)*. Skripsi.

Menjadi Instansi yang unggul tentu bukan suatu hal yang mudah. *Branding* banyak dimanfaatkan untuk mengkomunikasikan informasi tertentu. Aktivitas Online Public Relations juga dilakukan oleh School Of Parenting dalam membangun kepercayaan publik melalui Media Sosial Instagram. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan dengan detail pengelolaan yang dilakukan dalam membangun kepercayaan publik melalui Instagram. Melalui Konsep Online Public Relations dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif menggunakan metode pendekatan studi kasus. Lokasi penelitian ini berada Kantor School Of Parenting yang berada di Semarang, Jawa Tengah.

Pengumpulan data penelitian ini diperoleh dari observasi, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi. Teknik analisis data meliputi pengumpulan data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber data. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa konten yang disajikan dan interaksi yang dibangun dengan audiens School Of Parenting dapat menciptakan *branding* yang kuat. School Of Parenting memiliki proses yang matang sebelum mengunggah konten. Terdapat 3 tahapan yaitu tahap perencanaan, eksekusi, dan evaluasi dalam pengelolaan Media Sosial Instagram. Memiliki prosedur yang jelas dalam pembuatan konten, membangun interaksi dengan audiens baik melalui gaya bahasa baik via pesan atau komentar juga menjadi penting bagi mereka untuk membangun kepercayaan publik. Citra positif yang dibangun oleh tim School Of Parenting pada Media Sosial Instagram bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan publik.

Kata Kunci: Aktivitas, Online Public Relations, Public Trust, Instagram.

Menyetujui, Dosen Pembimbing



Jamroji, S.Sos, M.Comms.

NIP. 10302030373

Malang, 13 Februari 2025

Peneliti



Utita Su'ad

202010040311404

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur penulis haturkan kehadiratan Allah SWT, karena berkat Rahmat dan hidayah nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : *Aktivitas Online Public Relations Melalui Pengelolaan Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Akun @School_of_parenting)*

Skripsi ini disusun untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan dan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Malang dan juga skripsi ini tersusun tidak lepas dari bantuan, saran dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Penulis mengucapkan terimakasih kepada Allah SWT, karena dalam proses penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa segala pencapaian hanya terjadi atas izin dan kehendaknya. Segala puji kepada Allah SWT yang telah menganugerahkan ilmu dan kekuatan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
2. Ucapan terimakasih kepada Orang Tua dan terkhusus pada kakak saya Zaky Naila atas doa, dukungan, dan kasih sayang serta sebagai *support system* utama yang selalu memberikan doa dan dukungan tiada henti.
3. Terimakasih kepada ponakan-ponakan penulis (Kakak ama, Alya, dan Farshad) yang selalu menghibur di masa-masa sulit yang dilewati penulis.
4. Terimakasih kepada Giza Nabiela Aurel Fitri yang sudah menemani masa-masa kuliah saya dan menjadi teman sekaligus sahabat terbaik selama saya menjalani kehidupan perantauan di Malang.
5. Terimakasih kepada Dharma Nakula yang sudah bersedia membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini, terimakasih telah menemani masa senang, sedih, sekaligus masa-masa tersulit penulis sejauh ini.
6. Terimakasih kepada Della R.A yang sudah menjadi teman berbagi cerita dan selalu membuat penulis untuk tetap semangat menjalani proses kehidupan yang panjang.
7. Penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada Pak Gede selaku Chief Executive Officer (CEO) School of Parenting, Kak Vina sebagai Social Media Manager karena telah memudahkan jalan saya untuk melakukan penelitian dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
8. Terimakasih sebesar – besarnya kepada dosen pembimbing pembimbing Bapak Jamroji, S.Sos, M.Comms. yang senantiasa membimbing penulis dan membantu penulis menyelesaikan skripsi ini, serta meluangkan waktunya untuk memberikan masukan dan saran dari awal hingga akhir.
9. Terimakasih saya sampaikan kepada pada dosen Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Malang atas ilmu yang diberikan kepada saya selama perkuliahan ini.
10. Terimakasih juga penulis sampaikan kepada Widya, Thanisa, Lala, yang ikut mewarnai masa perkuliahan. Terimakasih untuk semuanya.
11. Terakhir, Saya ucapkan terimakasih kepada wanita sederhana yang memiliki kapasitas sangat terbatas untuk menuju mimpinya, yaitu diri saya sendiri, Utita Su'ad. Disini, Sebuah perjalanan panjang yang belum bisa memeluk tujuannya

mungkin baru tercapai salah satunya. Terimakasih untuk tetap bertahan sejauh ini. Semoga Allah selalu meridhoi setiap jalan yang ia tempuh.

Malang, 15 Februari 2025



Utita Su'ad



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
SURAT KETERANGAN SIAP UJI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
SURAT PENYATAAN	v
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	vi
TANDA TERIMA PLAGIASI.....	vii
BERITA ACARA BIMBINGAN	viii
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	ix
ABSTRAKSI.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
REFERENSI.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Public Relations	6
2.1.1 Pengertian Public Relations	6
2.1.2 Fungsi Public Relations	6
2.1.3 Tujuan Public Relations	8
2.1.4 Peran Public Relations.....	9
2.1.5 Perbedaan Public Relations sebagai Metode Komunikasi dan Public Relations sebagai State of being.....	10
2.1.6 Public Trust	12
2.2 Online Public Relations	13
2.2.1 Pengertian Online Public Relations.....	13
2.2.2 Tujuan Online Public Relations.....	15
2.2.3 Manfaat Online Public Relations.....	16
2.3 Aktivitas Online Public Relations.....	17
2.4 Media Baru (New Media)	19
2.4.1 Pengertian Media Baru.....	19
2.4.2 Media Sosial	19
2.4.3 Komunikasi Media Baru Sebagai Media Informasi	20
2.4.4 Media Sosial Instagram	22
2.4.5 Instagram Sebagai Media Komunikasi Sosial.....	23
2.5 Konten	23
2.5.1 Pengertian Konten.....	23

2.5.2 Jenis-Jenis Konten.....	24
2.5.3 Tahapan Pembuatan Konten	25
2.5.4 Content Pillar.....	26
2.6 Penelitian Terdahulu.....	28
BAB III.....	30
METODE PENELITIAN	30
3.1 Pendekatan dan Paradigma Penelitian	30
3.2 Metode Penelitian.....	31
3.3 Tipe dan Dasar Penelitian	31
3.3.1 Tipe Penelitian	31
3.4 Waktu dan Tempat Penelitian	31
3.5 Sumber Data	31
3.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	32
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.8 Teknik Analisis Data	34
3.9 Keabsahan Data.....	35
BAB IV	36
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	36
4.1 Struktur Organisasi School of Parenting.....	36
4.1.1 Chief Executive Officer (CEO)	36
4.1.2 Head Of Asuh Diri.....	37
4.1.3 Head Of Marketing and Sales	39
4.1.4 Head Of Product & Program.....	40
4.1.5 Social Media & Website Manager	41
4.2 Sejarah School Of Parenting.....	41
4.3 Media Online School Of Parenting.....	42
4.3.1 Website	42
4.3.2 Instagram	43
4.3.2 Youtube	43
BAB V	44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
5.1 HASIL PENELITIAN.....	44
5.2 Konsep Online Public Relations Menghasilkan 3R	44
5.2.1 Relasi	44
5.2.2. Reputasi.....	51
5.2.3 Relevansi	55
5.3 Pembahasan Penelitian	62
BAB VI.....	66
KESIMPULAN & SARAN.....	66
6.1 KESIMPULAN.....	66
6.2 SARAN PENELITIAN	66
6.2.1 Saran Akademis.....	67
6.2.2 Saran Praktis	67
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Instagram School Of Parenting	3
Gambar 1.2 Tampilan feeds media sosial Instagram School Of Parenting	3
Gambar 1.3 Instagram stats summary School Of Parenting	4
Gambar 3.1 Bagan Metode Analisis Data Sumber Miles & Huberman (1992)	34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi School of Parenting	36
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Asuh Diri	38
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Marketing & Sales	39
Gambar 4.4 Struktur Organisasi Product & Program	40
Gambar 5.1 Jenis Komentar yang memberikan opini	46
Gambar 5.2 Jenis komentar ingin mengetahui produk	47
Gambar 5.3 Permintaan audiens via Direct Message	48
Gambar 5.4 Respon School of Parenting terhadap ketertarikan audiens	50
Gambar 5.5 Logo School of Parenting	52
Gambar 5.6 Brand Guidelines School of Parenting	53
Gambar 5.7 Konten Feeds School of Parenting	58

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

28



REFERENSI

Agusta, I. (2003). Teknik pengumpulan dan analisis data kualitatif. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor, 27(10), 179-188.

Anton M ; Mulyono. (2001). *Aktivitas Belajar*. Yrama.
Atmoko. (2012). *instagram Handbook*. Media Kita.

Breakenridge, D. (2008). *PR 2.0 New Media, New Tools, New Audiences*. New Jersey: FT Press.

Creswell, J.W., & Plano Clark, V. L. (2011). *Designing and Conducting Mixed Methods Research (2nd ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
Dan Aplikasi. Pt Rajagrafindo Persada. FRAMEWORK AND RESEARCH AGENDA. *Journal of Interactive Advertising*.

Garrison, Ray, H, Norren. Eric, W, & Brewer, Peter, C. (2008). *Akuntansi Manajerial*. (Edisi Tiga). Salemba Empat.

Hansen, Don, R, & Mowen, Maryanne, M. (2009). *Akuntansi Manajerial* (Edisi Dela). Salemba Empat.

Harahap, M. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Wal Ashri Publishing.

Hidayat, D. (2002). Metodologi Penelitian dalam Sebuah " Multi-Paradigm Science". MediaTor (Jurnal Komunikasi), 3(2), 197-220.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/masyarakat-palingbanyak-mengakses-informasi-dari-media-sosial> Image guna mempertahankan corporate image.

Ishaq, R. (2017). *Public Relations : Teori dan Praktik*. Intrans Publishing.

Jogiyanto Hartono, M. (Ed.). (2018). Metoda pengumpulan dan teknik analisis data. Penerbit Andi.

Jovita, I. &. (2017). Pengaruh Media Sosial terhadap *brand Image* PT Hijau Indah Selaras. *Jurnal Communicology*.

Kingsnorth, S. (2016). *Digital marketing strategy: An integrated approach to online marketing*. Kogan Page Limited.

Kozinets, R. V., De Valck, K., Wojnicki, A. C., & Wilner, S. J. S. (2010).

Networked narratives: Understanding word-of-mouth marketing in online communities. *Journal of Marketing*, 74(2), 71–89. <https://doi.org/10.1509/jmkg.74.2.71>

Kriyantono, R. (2021). *Best Practice Humas (Public Relations) Bisnis dan Pemerintah: Manajemen Humas, Teknik Produksi Media Publisitas dan Public Relations Writing* (Edisi Pert). Kencana.

Kurnia, W. P. (2002). Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram Dalam Membangun *brand* Image Kampung Inggris Bandung Eplc.

Kussanti, D. P., Leliana, I., Sitasi, C., & Kussanti, : (2018). Efektivitas Program Employee Relations Terhadap Motivasi Kerja Karyawan PT. Adira Dinamika Multifinance. *Cakrawala*, 18(2), 179–184. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawalahttps://doi.org/10.31294/jc.v18i2>

McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika.

Mulyana, Deddy. 2001. Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya. Bandung: PT remaja Rosdakarya

Odden, L. (2012). *Optimize: How to Attract and Engage More Customers by Integrating SEO, Social Media, and Content Marketing*. Hoboken. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Onggo, B. J. (2004). *Cyber Public Relations*. Elex Media Komputindo.

Pratama, A. (2022). Peran Social Media Instagram dalam membangun *brand*

Pulizzi, J. (2013). *Epic Content Marketing : How to Tell a Different Story, Break through the Clutter, and Win More Customers by Marketing Less*. McGraw Hill Education.

Pusparisa, Y. (2020). *Masyarakat Paling Banyak Mengakses Informasi dari Media Sosial : Sumber Informasi yang Diakses untuk Mendapat Informasi*. Retrieved from [Katadata.co.id](https://www.katadata.co.id).

Ruslan, R. (2018). *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi : Konsep*

Ruslan, R. (2020). *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*. PT Rajagrafindo Persada.

Rustian, R. S. (2012). *Apa itu Sosial Media*. <http://unpas.ac.id/pages/apa-itu>

sosial- media/

S.Thalib, Y. H. (2023). INTERAKTIVITAS PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEPUTAR TRANSISI PANDEMI KE ENDEMI

Sandeep, Krishnamurthy; Wenyu, D. (2008). NOTE FROM SPECIAL ISSUE EDITORS: ADVERTISING WITH USERGENERATED CONTENT: A

Sirait, N., Maryam, S., & Priliantini, A. (2018). Influence of the Campaign “Let’S Disconnect To Connect” on Anti-Phubbing Attitude (Survey in Line Starbucks Indonesia Official Account Followers). *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, 7(3), 155–164. <https://doi.org/10.31504/komunika.v7i3.1665>

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan RnD. Bandung: Penerbit Alfabeta

Suliantina, F. (2015). *Keajaiban Sosial Media Fantasi Menumbuhkan Visitor, Circle, Likes, Koneksi, Retweet, dan Follower*. Elex Media Komputindo.

Syahrizal, M. F. (2022). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI DALAM STRATEGI PEMASARAN.

Taylor, SJ, & Bogdan, R. (1998). Pengantar metode penelitian kualitatif. Buku panduan dan sumber (Edisi ke-3). John Wiley & Sons Inc.

Thackeray, R., Neiger, B. L., Smith, A. K., & Van Wagenen, S. B. (2012). Adoption and use of social media among public health departments. *BMC Public Health*, 12(1), 242. <https://doi.org/10.1186/1471-2458-12-242>

Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe penelitian deskripsi dalam ilmu komunikasi. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83-90