

DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974-980. Diakses dari: <https://ummaspul.e-journal.id/maspuljr/article/view/3394/1177>
- Aryani, I. D., & Murtiariyati, D. (2022). Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada Souvenir Project. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 466-477. Diakses dari: <https://www.jurnal.stieww.ac.id/index.php/jrabi/article/view/479>
- Dewi, A. C., Liyyun, W., Andana, N. A., Lindiani, L., Asbar, M. H., & Magfirah, N. (2023). Pengaruh Strategi Digital Marketing Melalui Penerapan E-Commerce Dan Media Sosial Pada Era Society 5.0. *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, 1(5), 1122-1131. Diakses dari : <https://jurnal.intekom.id/index.php/njms/article/view/185/164>
- Djasuro, D. (2018). Kinerja Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Csr) Kawasan Industri Di Kabupaten Serang Terlemah Di Provinsi Banten. *Sains: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2). Diakses dari : <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jsm/article/download/4228/2986>
- Harni, D. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) PT Bank Danamon Indonesia Tbk dengan Program Pasar Sejahtera di Daerah Pekalongan terhadap Citra Perusahaan. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 17(3), 150-158. Diakses dari : <https://journal.uniga.ac.id/index.php/JA/article/view/374>

- Herman (2018). Manfaat *Corporate Social Responsibility* Oleh Stakeholder Primer Dan Sekunder (Studi Kasus Pada PT. Asia Sawit Makmur Jaya Provinsi Riau). *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik dan Kebijakan Sosial*-Vol.2 no. 2 Tahun 2018. Diakses dari : <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/negara/article/download/1362/69/>
- Irawan, E. P., & Alamsyah, F. F. (2023). Strategi Digitalisasi Csr XI Axiata Untuk Peningkatan Kompetensi Pemasaran Digital Perempuan Umkm. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 7(2), 141-154. Diakses dari: <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/perspektif/article/view/19237>.
- Lesmana, D., & Valentina, G. M. (2021). *Digital Marketing Rumah Makan Padang Melalui Instagram Berdasarkan Social Construction of Technology*. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 2(1), 17-32. Diakses dari: <https://journal.lspr.edu/index.php/commentate/article/view/251/120>.
- Lida K.B, Deva V.A, Ine M.R, Aisyah R, Yennita A (2024). Implementasi CSR (Corporate Sosial Responsibility) Sebagai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Perseroan Terbatas. Universitas mulawaran Indonesia. (2024), 2(6):254–263. Diakses dari: <https://jurnal.kolibi.org/index.php/kultura/article/view/1569/1512>.
- Mustika, S., Angreni, W., & Perwito, P. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Citra Perusahaan Pada Pt.Pos Indonesia (Persero) Bandung 40000. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(2), 1543-1553. Diakses dari : <https://www.journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1329>.
- PLN Indonesia Power Cilegon PGU (2021). PLN Indonesia Power Cilegon PGU#EnergyOfThings. Diakses pada: 16 juni 2024. Dari: <https://kehatipltgucilegon.com>

- Profil Sistem Manajemen Terintegrasi – INPOWER IMS (2022). *Sejarah singkat PLTGU Cilegon. Bagan Susunan Jabatan Sub Bidang Operasi Cilegon Power Generation Unit.*
- PT. PLN Indonesia Power UBP Cilegon (2023). *Uraian Jabatan PT PLN Indonesia Power UBP Cilegon.*
- Purwa, I. B. G. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Menuju Masyarakat Cerdas Berpengetahuan. *Media Sains Informasi dan Perpustakaan*, 2(1), 49-58. Diakses dari: <https://ejournal2.undiksha.ac.id/index.php/msip/article/download/2071/1047/>
- Putri, D. M., Arafat, Y., & Aradea, R. (2021). Analisis Aspek Permodalan Koperasi Karyawan Bank Mandiri Wilayah II Palembang. *Journal of education research*, 2(2), 74-81. Diakses dari: <https://www.jer.or.id/index.php/jer/article/view/50>
- Putri, N. V., Listyani, I., & Rahmawati, Z. (2023). *Pengaruh Customer Relationship Management Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Lembaga Global English Pare.* *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(2), 74-85. Diakses dari : <https://prin.or.id/index.php/mri/article/view/1048>.
- Rahmi Lara (2022). Pengaruh Corporate Sosial Responsibility Terhadap Volume Perdagangan (Studi Pada Perusahaan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019). *Institut Teknologi dan Bisnis Master, Pekanbaru. Sains Akuntansi dan Keuangan* Vol. 1, No. 3, September 2022, 180-188. Diakses dari: <https://sak.akademimanajemen.or.id/index.php/home/article/view/23/20>
- Rauf, A., Manullang, S. O., PS, T. E. A., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., ... & Yahawi, S. H. (2021). *Digital Marketing: Konsep dan Strategi* (Vol. 1). Penerbit Insania.

- Retna kumalasari (2023). Citra Perusahaan Adalah: Definisi, Jenis Dan Contohnya. Diakses pada 31 mei 2024 dari: <https://majoo.id/solusi/detail/citra-perusahaan-adalah>.
- Retnasary, M., & Fitriawati, D. (2018). Peran Instagram Sebagai Media Promosi. *Syntax Literate*, 3(4), 61-67. Diakses dari: <https://www.neliti.com/publications/330294/peran-instagram-sebagai-media-promosi>
- Rohi Abdulloh (2015). *Web Proqraming Is Easy* (Edisi 1). Jakarta: Gramedia.
- Safitri, S., Putra, W. E., & Mansur, F. *information digitalization, corporate social responsibility and its effect on firm value digitalisasi informasi, corporate social responsibility dan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan*. Diakses dari <https://e-journal.unair.ac.id/BAKI/article/download/38221/24383>
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. Diakses dari: https://www.researchgate.net/profile/Astari-Clara/Sari/publication/329998890_KOMUNIKASI_DAN_MEDIA_SOSIAL/links/5c2f3d83299bf12be3ab90d2/KOMUNIKASI-DAN-MEDIA-SOSIAL.pdf
- Setyowati, R. (2020). *Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Pada PT. Vitapharm*. Diakses dari: <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/28279/17211058%20Riza%20Setyowati.pdf?sequence>.
- Surentu, Y. Z., Warouw, D. M., & Rembang, M. (2020). Pentingnya website sebagai media informasi destinasi wisata di dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten minahasa. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(4). Diakses dari: <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/31117/29843>

- Wardhani, A. K., & Romas, A. N. (2021). *Analysis of Digital Marketing Strategies in the Covid-19 Pandemic. EXERO: Journal of Research in Business and Economics*, 4(1), 29-53. Diakses dari: <https://ejournal.usd.ac.id/index.php/exero/article/download/5025/2815>
- 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. Diakses dari: <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/6187/5167>
- Widya Pangetika (2024). Digital Marketing : Pengertian dan Jenis Strategi Penerapan Bisnis. Diakses pada 1 juni 2024. Diakses dari <https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/>.
- Zakiyah, R. Z., & Islam, M. A. (2022). User interface website sebagai media promosi vilovy design. *BARIK*, 3(3), 174-185. Diakses dari: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/48070/40140>