

## DAFTAR PUSTAKA

- Adlin. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial*. Alaf Riau.
- Ali, I., Jimenez-Zarco, A., & Bicho, M. (2015). *Using Social Media for CSR Communication and Engaging Stakeholders* (Vol. 7, pp. 165–185). <https://doi.org/10.1108/S2043-052320150000007010>
- Anatan, L. (2010). Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teoritis dan Praktik di Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 8(2).
- Anendya, A. (2023, October 7). *Jenis-Jenis Konten Instagram untuk Tingkatkan Engagement*. <https://www.dewaweb.com/blog/jenis-konten-instagram/#:~:text=Jenis%20konten%20di%20Instagram%20di,reels%2C%20IGTV%2C%20hingga%20guide>. <https://www.dewaweb.com/>
- Anhari, I. (2023). *Tidak Menyejahterakan, Pabrik Aqua di Klaten Didemo Warga*. <https://rmol.id/nusantara/read/2023/03/17/567416/tidak-menyejahterakan-pabrik-aqua-di-klaten-didemo-warga>
- Annur, C. M. (2023, February 23). *Aqua dan Le Minerale, Dua Merek Air Mineral Paling Banyak Dikonsumsi Warga Indonesia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/23/aqua-dan-le-minerale-dua-merek-air-mineral-paling-banyak-dikonsumsi-warga-indonesia>
- Aqua Lestari. (2023). *Kenali Aqua Lestari*. <https://aqualestari.aqua.co.id/>
- Bambang, A. D. (2012). *Instagram handbook*. Mediakita.
- Chen, C. C., Khan, A., Hongsuchon, T., Ruangkanjanases, A., Chen, Y. T., Sivarak, O., & Chen, S. C. (2021). The role of corporate social responsibility and corporate image in times of crisis: The mediating role of customer trust. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(16). <https://doi.org/10.3390/ijerph18168275>
- Eriyanto. (2001). *Analisis wacana: pengantar analisis teks media*. LKiS Yogyakarta. <https://books.google.co.id/books?id=cpDAPMAmimcC>
- Flowerdew, J., & Jhon, E. J. (2018). *The Routledge Handbook of Critical Discourse Studies*. Routledge.
- Ghazaldi, A. (2023). *Produksi Air Minum Sehat Berkualitas, Aqua Tetap Jaga Keberlanjutan Lingkungan*. <https://www.rri.co.id/daerah/486727/produksi-air-minum-sehat-berkualitas-aqua-tetap-jaga-keberlanjutan-lingkungan>
- Ghazali, M. (2016). *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*. Publishing House.
- Ghofur, A. (2023). *Bahasa, Kekuasaan dan Ideologi Kajian Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough pada Pidato Inaugurasi Presiden AS Donald Trump* [Doctoral Thesis]. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Gimbfoundation. (2014, January 25). *Pesan dalam Komunikasi Humas untuk Program CSR*. <http://gimbfoundation.org/pesan-dalam-komunikasi-humas-untuk-program-csr/>

- Hamad, I. (2007). Lebih dekat dengan analisis wacana. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 8(2), 325–344.
- Harmoni, A., Ganefi, M., & Permatasari, H. P. (2016). Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi CSR oleh Perusahaan LQ 45 Di Indonesia. *SEMNASTEKNOMEDIA ONLINE*, 4. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:148068443>
- Hidayah G. (2017). *Strategi Komunikasi Cyber CSR (Analisis isi pada Official Website PT Pertamina www.pertamina.com)*. Universitas Telkom.
- Hikmat, M. M. (2011). *Metode penelitian: dalam perspektif ilmu komunikasi dan sastra*. Graha Ilmu.
- Istiana, C., & Dr. Noer Sasongko, S. E. M. S. A. C. (2016). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2014)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Juanda. (2011). *Analisis Wacana*. Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar.
- Kamelia, N. (2019). *Analisis Wacana Pesan Moral dalam Novel “Tuhan, Izinkan Aku Menjadi Pelacur” Karya Muhidin M*. UIN Raden Fatah Palembang.
- Kurnia, A., Shaura, A., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Sustainable Development dan CSR. *Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 231–237.
- Manurung, D. E. M. (2012). *Analisis penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada PT. Perkebunan Nusantara IV-Medan*. Universitas Indonesia.
- Mutiah, D. (2024). *Reaksi Danone AQUA Diminta Sungai Watch Berhenti Produksi Air Minum Kemasan Gelas yang Cemari Sungai-Sungai di Bali*. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5529473/reaksi-danone-aqua-diminta-sungai-watch-berhenti-produksi-air-minum-kemasan-gelas-yang-cemari-sungai-sungai-di-bali?page=3>
- Nacerbey, O., & Guezgouz, F. (2024). USING CSR COMMUNICATION FOR IMPROVING CORPORATE IMAGE. *Tobacco Regulatory Science*, 10, 747–765. <https://doi.org/10.10081/TRS.10.1.50>
- Nadiya, B. (2023, March 8). *Daftar Perusahaan AMDK Penghasil Sampah Terbesar di Indonesia!* <https://bangkalan.jatimtimes.com/baca/285136/20230308/084900/daftar-perusahaan-amdk-penghasil-sampah-terbesar-di-indonesia>
- Nadya, K. (2023, July 20). *5 Merek Paling Top of Mind di Indonesia: Mulai Mi Instan sampai Pasta Gigi, Apa Lagi?* <https://www.idxchannel.com/economics/5-merek-paling-top-of-mind-di-indonesia-mulai-mi-instan-sampai-pasta-gigi-apa-lagi>
- Natasha, T. N. (2022). *Analisis Isi Komunikasi CSR Djarum Foundation Bidang Pendidikan melalui Media Sosial Instagram @Djarumbeasiswaplus*. Unika Soegijapranata Semarang.
- Naurah, N. (2023). *Indonesia Miliki Potensi Sumber Daya Air Terbarukan Paling*

- Besar di Asia Tenggara*. <https://goodstats.id/article/indonesia-miliki-potensi-sumber-daya-air-terbarukan-paling-besar-di-asia-tenggara-P6oc9>
- Nazir, M. (2009). *Metode penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Nisa, K., & Maulidiah, R. hayati. (2017). *Analisis wacana*. Royal Asahan Press.
- Nugroho, A. W. (2020). Komunikasi CSR Perusahaan-Perusahaan di Indonesia Tahun 2017. *Scriptura*, 9(2), 51–58. <https://doi.org/10.9744/scriptura.9.2.51-58>
- Nurjanah, A. (2022). *Komunikasi CSR dan reputasi* (C. Alviana, Ed.). Samudera Biru.
- Nuswanto. (2024, June 5). *Hari Lingkungan Hidup: Mencegah Krisis Sampah Plastik di Laut*. <https://www.mongabay.co.id/2024/06/05/hari-lingkungan-hidup-mencegah-krisis-sampah-plastik-di-laut/>
- Qomar, M. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Intelegensi Media.
- Realgo, B. (2022). *Corporate Social Responsibility (CSR) Communication*.
- Rizaty, M. A. (2023, September 8). *Ada 116,16 Juta Pengguna Instagram di RI hingga Agustus 2023*. <https://dataindonesia.id/internet/detail/ada-11616-juta-pengguna-instagram-di-ri-hingga-agustus-2023>
- Rizqi, A. (2023). *Optimalisasi Official Website Pt. XI Axiata dalam Mengkomunikasikan Pesan CSR*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Rochmaniah, A., & Sinduwiatmo, K. (2020). *Buku Ajar Corporate Sosial Responsibility dan Community Development*. UMSIDA Press.
- Rusdianto, U. (2013). *CSR Communications: a framework for PR practitioners / Ujang Rusdianto*. Graha Ilmu.
- Rusdianto, U. (2014). *Cyber CSR : a guide to CSR communications on cyber media*. Graha Ilmu.
- Salsabila, A. L., Sudaryanto, E., Rizqi, M., & Romadhan, M. I. (2022). Pengaruh Efektivitas Pesan CSR melalui Instagram terhadap Pembentukan Citra lia s. Associates Branding dan Design Agency. *Jurnal PIKMA: Publikasi Media Dan Cinema*, 5(1), 114–123. <https://jurnal.amikom.ac.id/index.php/pikma>
- Saputri, N. D., Mayangsari, I. D., & Syahputra, D. K. (2015). Komunikasi Cyber CSR: Analisis Isi Pada Official Website PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat & Banten. *E-Proceeding of Management*, 2(3).
- Sari, N. A., & Yusriansya, E. (2020). Analisis Wacana Kritis Terhadap Konten Media Sosial “Bekal Buat Suami” dalam Perspektif Gender. *Prosiding Seminar Nasional Linguistik Dan Sastra (SEMANTIKS)*. <https://jurnal.uns.ac.id/prosidingsemantiks>
- Savio, A. H. (2020). *Analisis wacana kritis dalam konten iklan CSR PT. Semen Indonesia edisi “Semen Indonesia-Bina Lingkungan”* [Doctoral dissertation]. Widya Mandala Catholic University Surabaya.
- Setyawati, S. P. (2022). *Sampel & sampling*. Nuta Media Jogja.

- Silaen, S. (2018). *Metodologi penelitian sosial untuk penulisan skripsi dan tesis*. In Media.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Valentina, N., & Sudrajat, R. (2023). Analisis Konten Aktivitas Corporate Social Responsibility Kampanye Goals pada Website MNC Peduli. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23, 2896. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i3.3835>
- Wibisono, Y. (2007). *Membedah konsep & aplikasi CSR: corporate social responsibility*. Fascho Pub.
- Yasa, I. N. (2021). *Teori Analisis Wacana Kritis*. Pustaka Larasan.