

## DAFTAR PUSTAKA

- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1–9. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951>
- Azwar, A. (2022a). Perubahan Paradigma Penelitian Ilmu Komunikasi (Dari Paradigma Klasik Marxisme - Hegelian Menuju Paradigma Kritis Mazhab Frankfurt). *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 237–246. <https://doi.org/10.33822/jep.v5i2.4493>
- Azwar, A. (2022b). Tindakan Komunikatif Komunitas Virtual untuk Mengurangi Disinformasi Pemberitaan Politik di Media Sosial. *JWP (Jurnal Wacana Politik)*, 7(2), 157. <https://doi.org/10.24198/jwp.v7i2.40336>
- Barthelemy, F. (2019). Strategi Komunikasi Crowdfunding melalui Media Sosial (Crowdfunding Communication Strategy through Social Media). *Jurnal Iptekkom : Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi*, 21(2), 155. <https://doi.org/10.33164/iptekkom.21.2.2019.155-168>
- Bellavista, P., Foschini, L., & Ghiselli, N. (2019). Analysis of growth strategies in socialmedia: The instagram use case. *IEEE International Workshop on Computer Aided Modeling and Design of Communication Links and Networks, CAMAD, 2019- September*. <https://doi.org/10.1109/CAMAD.2019.8858439>
- BRI Liga 1. (2017, November 12). PSSI. <https://www.pssi.org/competitions/liga-1> Cahyono A.S. (2016).
- Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 140–157.
- Chandra, S., & Andrew, R. (2018). Peran Media Sosial Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Di Sebuah Perguruan Tinggi Swasta Di Jakarta Barat. *Versi Cetak*, 2(2), 535–542.
- Efendi, E., Taufiqurrohman, A., Supriadi, T., & Kuswananda, E. (2023). *Teori Agenda Setting*.
- Ferina, N., Agung, A., Sri, G., & Professor, D. (2019). Opportunities and Challenges of Instagram Algorithm in Improving Competitive Advantage. In *International Journal of Innovative Science and Research Technology* (Vol. 4, Issue 1). [www.ijisrt.com](http://www.ijisrt.com)743
- Gunawan, A. I., Amalia, F., Senalajari, W., & Gaffar, V. (2021). Pengukuran Aktivitas Pemasaran pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2), 133–142. <https://doi.org/10.14710/jab.v10i2.35768>
- Haikal Ibnu Hakim, Ohorella, N., & Edy Prihantoro. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 111–122. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i2.802>
- Heryana, A. (2018). *Informan dan Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif*. <https://www.researchgate.net/publication/329351816>

- Ido, D., Hadi, P., Si, M., Wahjudianata, M., Sos, S., Med, M., Kom Inri, I., & Indrayani, S. I. P. (2020). *Komunikasi Massa*. CV. Penerbit Qiara Media. [www.google.com](http://www.google.com)
- Indosiar. (2023). *Indosiar Visual Mandiri*.
- Ivanovich Agusta. (2003). *Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif 1 Oleh Ivanovich Agusta*.
- Kusmarni, Y. (2012). *Studi Kasus ( John W. Creswell) Oleh Yani Kusmarni*. Kustiawan, W., Siregar, K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Fatma, Z., Gaja, S., & Pakpahan,
- Lenaini, I. (2021). *Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling Info Artikel Abstrak*. 6(1), 33–39. <https://doi.org/10.31764/Historis.Vxiy.4075>
- Marino, V. M., Sudaryanto, E., & Ekoputro, W. (2022). Peningkatan Berita Reaksi Protes Persebaya dan Bonek Mania atas Penetapan Jadwal Pertandingan Bri Liga 1 Oleh Media Online Jawa Pos dan Surya. In *Relasi: Jurnal Penelitian Komunikasi* (Vol. 02, Issue 04).
- melt001. (2019, October 31). #SelasaBahasa Ajak Anak Muda Gunakan Bahasa Indonesia di Media Sosial. KOMINFO.
- Mubarokah, A., Wahyuni, S., & Zulianto, M. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Osingdeles)*. 16(1). <https://doi.org/10.19184/jpe.v16i1.24614>
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran produk polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). In *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial* (Vol. 4, Issue 1).
- N. (2022). Komunikasi Massa. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 134–142. <https://www.researchgate.net.ac.id>.
- Nasrullah, R. (2021). *Manajemen Komunikasi Digital* (1st ed.). K E N C A N A.
- Ngalup. (2023, July 24). *Apa itu Social Media Officer? Job Desk, Gaji dan Skillnya*. Ngalup Collaborative Network.
- Permassanty, T. D., & Muntiani, M. (2018). Strategi Komunikasi Komunitas Virtual dalam Mempromosikan Tangerang Melalui Media Sosial. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 21(2), 173–186. <https://doi.org/10.20422/jpk.v21i2.523>
- Poentarie, E. (2013). *Penerapan Strategi Komunikasi*. <http://www.pliknanggulan2.blogspot.com>.
- Pratama, R. Y., Jenderal, U., & Yani, A. (2020). *Fungsi-Fungsi Manajemen “P-O-A-C.”*
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja. In *Jurnal Communication VIII, Nomor* (Vol. 1). <http://techno.okezzone.com/read/2016/0>

- Prihatsanti, U., Suryanto, S., & Hendriani, W. (2018). Menggunakan Studi Kasus sebagai Metode Ilmiah dalam Psikologi. *Buletin Psikologi*, 26(2), 126. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.38895>
- Prixilia, S. G. Y. (2021). Analisis Self Disclosure dalam Second Account di Media Sosial Instagram : Studi Kualitatif terhadap Second Account Instagram. *Repository UPN Veteran Jakarta*.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). In *Jurnal Common / (Vol.3)*.
- Rahardjo, M. (2011a). *Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif*.
- Rahardjo, M. (2011b). *Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif (Materi Kuliah Metodologi Penelitian PPs. UIN Maliki Malang)*.
- Rahmadhany, A., Aldila Safitri, A., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penyebaran Hoax dan Hate Speech pada Media Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 30–43. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.182>
- Rahman, I. A., & Panuju, R. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fair N Pink Melalui Media Sosial Instagram: Vol. Direview*.
- Sabillah, H. A. (2022). The Role of The Production Team for Live Streaming of BRILeague 1 Sports Broadcast on Vidio.com. *Propaganda*, 2(2), 185–194. <https://doi.org/10.37010/prop.v2i2.751>
- Situmorang, A. (2023, March 17). *Melihat Sejarah Singkat Instagram, Platform Populer untuk Berbagi Foto dan Video*. OkeZone Techno.
- Sulyanti E, Habazar T, Husin, E. F., Nasir, N., & Dharma, A. (2018). Paradigma Bahasa. *Jurnal Proteksi Tanaman*, 87–96.
- Surokim, Rakhmawati, Y., Suratnoaji, C., Wahyudi. Muhtar, Handaka, T., Dartiningsih, B. E., Julijani, B. M., Rachmawati, F. N., Kurniasari, N. D., Trisilowati, D., Suryandari, N., Cholil, H. A., Quraisyin, D., Moertijoso, B., Rachmad, T. H., Arifin, S., Rozi, F., & Camelia, A. (2016). *Riset Komunikasi: Surokim Diterbitkan oleh: Pusat Kajian Komunikasi Publik Prodi Ilmu Komunikasi, FISIB-UTM & Aspikom Jawa Timur*.
- Widyastuti, Rr. A. Y. (2023, July 8). *Sejarah Berdirinya Indosiar, Stasiun TV yang SiapGugat Warganet karena Parodikan Jasa Keliling*. Tempo.Co. <https://bisnis.tempo.co/read/1745811/sejarah-berdirinya-indosiar-stasiun-tv-yang-siap-gugat-warganet-karena-parodikan-jasa-keliling>
- Wijaya Hengki. (2018). *Ringkasan dan Ulasan Buku Analisis Data Penelitian Kualitatif(Prof. Burhan Bungin)*.
- Yanti, E., Program, R., Komunikasi, S., Islam, P., Dakwah, F., & Komunikasi, D. (2018). Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi Theory of Setting Agenda in Communication Science. *Simbolika*, 4(1). <http://ojs.uma.ac.id/index.php/simbolika>

Yosi, S. (2014). *Sejarah Berdirinya Indosiar*. Jurnal Hasil Riset. <https://www.e-jurnal.com/2014/02/sejarah-berdirinya-indosiar.html>