

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, F. (2021). *Public Relations* (A. G. Zainal (ed.); 1st ed.). Ikatan Guru Indonesia.
- Andhika Putra Anggraito. (2023). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Band Indie “Matted Tapes” Dalam Mempromosikan Karya Musik Melalui Instagram @Billboard_INA*.
- Aurelia, A., Arismayanti, P., & Anggraini, C. (2018). *Analisis Strategi Komunikasi CSR Melalui Media Digital dalam Menciptakan Keberlanjutan Perusahaan*.
- Damayanti, S., Chan, A., & Barkah, C. S. (2021). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Image My Pangandaran Tour and Travel. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 852–862. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p852-862>
- Dharmawan. (2022). *EFEKTIVITAS SIARAN “GLOBAL RADIO” DI TENGAH PANDEMI COVID-19 TERHADAP MINAT PENDENGAR GLOBAL RADIO*.
- Globocan. (2020). Data Penderita Kanker di Indonesia. In *British Journal of Tuberculosis* (Vol. 1, Issue 2). [https://doi.org/10.1016/S0366-0850\(07\)80117-7](https://doi.org/10.1016/S0366-0850(07)80117-7)
- Hadi, N. (2011). *Corporate Social Responsibility* (1st ed.). Graha Ilmu.
- Hadjah, A. (2015). Computer Mediated Communication (CMC), Pola Baru Berkomunikasi. *Al-Munzir*, 8(2), 275–289.
- Hendrayani, Y., Hashim, N. H., Zen, I. S., & Titisari, P. W. (2019). Stakeholders Collaborations Process Towards Community Empowerment: The Success Story West Java CSR Forum. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 298(1), 012035. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/298/1/012035>
- INews. (2022). *Lifebuoy x MNC Peduli Ajak Masyarakat Berbagi Kebaikan dengan Donasi Rambut*. <https://www.inews.id/news/nasional/lifebuoy-x-mnc-peduli-ajak-masyarakat-berbagi-kebaikan-dengan-donasi-rambut-catat-tanggalnya>
- John W. Creswell. (2019). *Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (Pustaka Pelajar (ed.); IV). Pustaka Pelajar.
- Kemenkes. (2022). *Kanker berulang (Recurrence) : Deteksi Dini dan Pencegahan*. https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/738/kanker-berulang-recurrence-deteksi-dini-dan-pencegahan
- Minin, M., Setiawati, E., & Dewi, T. A. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Karakter Peserta Didik Pada Mata Pelajaran Ips Kelas Viii Smp Muhammadiyah 1 Metro Tahun Pelajaran 2019/2020.

- EDUNOMIA: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 1(2), 164–174.
<https://doi.org/10.24127/edunomia.v1i2.1570>
- Miza, Anisya, Sarah, D. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan. *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 6(1), 1–6.
- Mubaroq, H., & Hidayati, Y. N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Facebook Dalam Pembentukan Budaya Alone Together Pada Kalangan Remaja Di Desa Ambulu Kecamatan Sumberasih Kabupaten Probolinggo. *Populika*, 10(2), 54–61.
<https://doi.org/10.37631/populika.v10i2.497>
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama.
- Novianto, C. (2025). *Apa Itu Kemoterapi dan Bagaimana Cara Kerjanya*. Rumah Sakit Pondok Indah Group. <https://www.rspondokindah.co.id/id/news/apa-dan-bagaimana-kemoterapi-kanker>
- Paramudyatama, W. (2022). *Analisis Aktivitas CSR Pada PT BRI Life Dalam Mempertahankan Citra Positif (Studi PT BRI Life Dalam Membantu Gerakan Melawan Covid-19 di Indonesia)*. 1–40.
- Pebrianti, A. (2021). Tren Penggunaan TikTok Pada Kalangan Remaja Mahasiswa Jurusan Sosiologi Angkatan 2021 FISIP UPR. *Journal Sosiologi*, 4(Volume IV, Edisi 1 Maret 2021), 46–51. <https://ejournal.upr.ac.id/index.php/JSOS/article/download/3715/2845>
- Ruslan, R. (2018). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* (4th ed.). Rajawali Pers.
- Situmeang, I. V. O. (2016). *Corporate Social Responsibility Dipandang Dari Perspektif Komunikasi Organisasi*. Ekuilibria.
- Soemirat, S. (2012). *DASAR-DASAR PUBLIC RELATIONS* (8th ed.). Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif* (Vol. 3). Alfabeta.
- Untung, B. (2014). *CSR Dalam Dunia Bisnis* (A. Pramesta (ed.); 1st ed.). CV Andi Offset.
- W.Creswell, J. (2018). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset* (P. Pelajar (ed.); 3rd ed.). SAGE.
- Walther, J. B. (2011). Theories of CMC and interpersonal relations. In *The handbook of interpersonal communication* (Vol. 4).
<http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:Theories+of+Computer+Mediated+Communication+and+Interpersonal+Relations#0>
- Wati, L. N. (2019). *MODEL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* (Momon (ed.); 1st ed.). Myria Publisher.

- Yutiantoro, C., & Baehaqi, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Pada Kantor Pos Kabupaten Kebumen. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Pada Kantor Pos Kabupaten Kebumen*.
- Zakia, R., Dianita, I. A., Annisari, H., & Nur, I. (2024). *PENGARUH MEDIA SOSIAL WEVERSE TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PADA PENGGEMAR K-POP DI WEVERSE dikenal dengan istilah Korean Wave . Menurut data statistik Twitter pada tahun 2021 , Indonesia berada di posisi mereka melalui media sosial . Mereka menu. 8.*