

DAFTAR PUSTAKA

- creswell - Research Design. (n.d.).*
- [2010] *THE NETWORKED NONPROFIT* - Beth Kanter _ Allison H. Fine (1). (n.d.).
- Zaky Raihan, Dinda Putri Hasanah, Wardah Yuni Kartika, Lidyazanti Lidyazanti, & Wismanto Wismanto. (2024). Dampak Media Sosial Terhadap Akhlak Di Era Globalisasi. *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam*, 2(2), 301–315. <https://doi.org/10.61132/jbpai.v2i2.264>
- Yusuf, F., Rahman, H., Rahmi, S., Lismayani, A., & Guru Sekolah Dasar Universitas Negeri Makassar, P. (n.d.). JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, dan Dokumentasi: Pendidikan di Majelis Taklim Annur Sejahtera. <https://journal.unm.ac.id/index.php/JHP2M>
- Yin, & Robert K. (n.d.). *Qualitative Research from Start to Finish*.
- Wijaya, G. M., & Erdiansyah, R. (n.d.). *Tipe Konten dan Korelasinya Pada Engagement Instagram*.
- Wahda, N., Halim, A., Amin, H., Susilawaty, F. T., Komunikasi, J. I., & Oleo, H. (2024). STRATEGI COPYWRITING @BEAUTY.KENDARI: PENDEKATAN TEORI AIDA DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT KONSUMEN. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial Dan Informasi*, 9(1), 239–249. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v9i1.195>
- Theresiani Bheka, & Emmeria Tarihoran. (2024). Membangun Komunitas Iman Melalui Media Sosial Dengan Menggunakan Platform Yang Menarik. *Jurnal Magistra*, 2(2), 72–81. <https://doi.org/10.62200/magistra.v2i2.101>
- Tale, D., Agryan Dwinata, G., Pani Sambalangi, Y., & Dei, M. (n.d.). TINJAUAN PUSTAKA PENGARUH TEKNOLOGI DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP SPIRITUALITAS UMAT KRISTEN.
- Syahrul Efendi, M., Haris Fatgehipon, A., & Scerviana, N. (2024). JICN: Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara Media Sosial Instagram dalam Membangun Eksistensi Diri Remaja Social Media Instagram in Building Adolescents' Self-Existence. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
- Savira Sanida, D., & Prasetyawati, H. (n.d.). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @infobekasi.coo Terhadap Followers Dalam Mendapatkan Kebutuhan Informasi. *Inter Script: Journal of Creative Communication* |, V(1), 1–17. <https://instagram.com/infobekasi.coo>
- Ristata, A. G., Prabawa, K., Antony, R., & Tanureja, I. S. (2022). Motivasi dan Makna Mengikuti Media Sosial Instagram Katolikmedia bagi Orang Muda Katolik. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(4).

- Rembet, J. E. S., Mandey, S. L., & Loindong, S. S. (1511). THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT AND HEDONIC SHOPPING MOTIVATION ON IMPULSE BUYING WITH BRAND LOVE AS A VARIABLE MEDIATION ON IMPORTED BANGKOK CLOTHES ON FACEBOOK PLATFORM. *Jurnal EMBA*, 12(3), 1511–1522.
- Putra, F. F., & Damayanti, P. (2021). RUANG PUBLIK ITU BERNAMA MEDIA KOMUNITAS. 1–234.
- Puspasari, D., & Hadithya, R. (2023). Pemanfaatan Sosial Media Marketing Melalui Konten pada Instagram dalam Upaya Meningkatkan Brand Image Sebuah Produk. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 4(2), 239–252. <https://doi.org/10.51805/jmbk.v4i2.122>
- Pranata, N. J., Ekasani, K. A., & Darsana, M. (2023). 9603-9614. *Journal Of Social Science Research*, 3(no 4), 1–12.
- Nirwana, D. A., & Khuntari, D. (2021). PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE PADA @CELYNE.OFFICIAL. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi*, 5(2), 36–48. <https://doi.org/10.56873/jimik.v5i2.147>
- Kozinets, R. v. (2014). Social Brand Engagement: A New Idea. *NIM Marketing Intelligence Review*, 6(2), 8–15. <https://doi.org/10.2478/gfkmir-2014-0091>
- Khafifatu Syahraini, Askari Zakariah1, & Novita Novita. (2024). Peran Media Sosial terhadap Perilaku Peserta Didik di Era Globalisasi. *ALFIHRIS : Jurnal Inspirasi Pendidikan*, 2(4), 118–128. <https://doi.org/10.59246/alfihris.v2i4.1016>
- Fitri, A. Z., & Yutanti, W. (2024). Strategi Optimasi Media Sosial dalam Meningkatkan Engagement Podcast “Action Nihil” Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI). In *Jurnal Communio : Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 13, Issue 1).
- Feriyati, I., & Deslia, I. F. (2024). STRATEGI DIGITAL MARKETING COMMUNICATION MAESTRO PARFUM DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN. *Jurnal Mutakallimin : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1). <https://doi.org/10.31602/jm.v7i1.14352>
- Fauzan, M., Purwanto, E., Jupri, H. D. N., & Dewi, P. S. (2025). Media sebagai Agen Perubahan Komunitas di Era Teknologi Digital. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 2(4), 15. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i4.4369>
- Fasikul Ikhsan, Fahiratun Afiat Muizunzila, & Nur Riswandy Marsuki. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Hubungan Sosial di Era Digital. *Jurnal Motivasi Pendidikan Dan Bahasa*, 2(1), 30–34. <https://doi.org/10.59581/jmpb-widyakarya.v2i1.2603>
- Darmawan, N. D. N., Rachmawati, I., & Hendayani, R. (2021). The Affect of Social Media Marketing and Consumer Engagement on Disney plus Hotstar Consumer Buying Intentions in Indonesia (Study on Youtube and

Instagram). *International Journal of Science and Management Studies (IJSMS)*, 247–254. <https://doi.org/10.51386/25815946/ij sms-v4i4p123>

Dan Jemaat Di Paroki St Markus Pateng Desa Lewat Kecamatan Macang Pacar Kabupaten Manggarai Barat Reliana Atian Sinta, G., & Keterlibatan Orang Muda Katolik Dalam Lingkungan Gereja Dan Jemaat Di Paroki St Markus Pateng Desa Lewat Kecamatan Macang Pacar Kabupaten Manggarai Barat, K. (n.d.). Kesadaran Keterlibatan Orang Muda Katolik(Omk) Dalam Lingkungan. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Oktober, 2023(20), 651–663. https://doi.org/10.5281/zenodo.8436951

Bojong genteng Nomor, J., & Bojong genteng Kab Sukabumi, K. (n.d.). Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi. www.jejakpublisher.com

Berliona Vandora, V., Nindy, E., Sim, D. R., Studi, P., Komunikasi, I., Tinggi, S., Masyarakat, P., Apmd, D. ", Timoho, J., 317, N., & Yogyakarta, K. (n.d.). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SINTANG INFORMASI SEBAGAI MEDIA PROMOSI ONLINE DI KABUPATEN SINTANG.

Baraybar-Fernández, A., Arrufat-Martin, S., & Rubira-García, R. (2020). Religion and social media: Communication strategies by the spanish episcopal conference. Religions, 11(5). https://doi.org/10.3390/rel11050239

Arneisha, S., Marasabessy, N., & Dimyati, D. (n.d.). Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial dan Informasi ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN LUCRUM PLACE AND COFFEE MELALUI INSTAGRAM. https://doi.org/10.52423/jikuho.v9i4.289

Andhika Putra Riyadi, R., & Genep Sukendro, G. (n.d.). Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Brand Engagement di Instagram Monochrome.

Alexander Kandou, D. (2021). Peranan Media Sosial Dalam Membangun Pertumbuhan Iman Jemaat Pada Masa Pandemi Covid 19 (Vol. 1, Issue 1). http://stttransformasi-indonesia.ac.id/e-journal/index.php/teleios/index

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA