

- Adi, W., & Prabawati, H. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Koalisi Pemuda Hijau Indonesia (KOPHI) Sebagai Media Publikasi Kegiatan. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 160–176.
- Ahmad, A., & Nurhidaya, N. (2020). Media sosial dan tantangan masa depan generasi milenial. *Avant Garde*, 8(2), 134–148.
- Ahmad, H. Z., & Rohimakumullah, M. A. A. (2024). Analisis pengelolaan media sosial Instagram PT Wijaya Karya Beton Tbk. *eProceedings of Management*, 11(6).
- Ahmad, N. (2021). *Dasar-Dasar Komunikasi Publik*. Yogyakarta: Nas Media Pustaka.
- Alfarizqi, S., Mayasari, M., & Nurkinan, N. (2024). Pengelolaan Konten Media Sosial pada Akun Instagram @indozone.id Dalam Upaya Meningkatkan Followers Instagram. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(2), 488–494.
- Alfian, R., Hanny, H., & Kokom, K. (2017). Pengelolaan Instagram @Humas_Jabar oleh Bagian Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*. <https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/4730>
- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A. T. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1), 79–95. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00695-1>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *Profil internet Indonesia 2024*. Jakarta: APJII.
- Awainah, N., Sulfiana, Nurhaedah, Jamaluddin, & Aminullah, A. (2024). Peran infrastruktur dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kualitas hidup masyarakat. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7(3). <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>
- Azahra, A. J., & Mukhlisiana, L. (2024). Manajemen Konten Instagram @telkomproperty sebagai Strategi *Public Relations*. *Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM)*, 16(2), 7–17.
- Azzam, A. (2024). *Strategi diseminasi informasi melalui Instagram oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Barat (Studi di Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Barat)* (Doctoral dissertation, IPDN).
- Beloev, H., Angel, S., Galina, V., & Valentina, V. (2023). Determining the Degree of Digitalization of a Higher Education Institution. *Strategies for Policy in Science and Education-Strategii na Obrazovatel'nata i Nauchnata Politika*, 31(4), 9–21.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan strategi komunikasi*. Rajawali Pers.
- Chatra, E., Havifi, I., & Yenmis, D. (2019). Dinamika komunikasi kontraktor-publik: Kajian fenomenologi komunikasi dalam pelaksanaan proyek infrastruktur di Sumatera Barat. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(2), 90–101.
- Comfort, L. K. (2007). Crisis management in hindsight: Cognition, communication, coordination, and control. *Public Administration Review*.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches* (2nd ed.). Sage Publications.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2013). *Effective Public Relations*. Pearson Education.
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986). Organizational information requirements, media richness and structural design. *Management Science*, 32(5), 554–571.



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA DISEMINASI INFORMASI OLEH BADAN USAHA MILIK NEGARA (BUMN) (STUDI KASUS PENGELOLAAN INSTAGRAM OLEH PT JASAMARGA JOGJA BAWEN DALAM PENYEBARAN INFORMASI PEMBANGUNAN JALAN TOL YOGYAKARTA-BAWEN)

Firzanah Nuraini, Adam Wijoyo Sukarno, S.I.P., M.A.

- Danial, D. W. (2024). Strategi pengelolaan informasi publik terhadap peningkatan persepsi positif investor di Provinsi Jawa Tengah. *Kappemi | STISIP Banten Raya*, 4(1).
- Defrilia, I. M., & Nurudin. (2025). Pengelolaan Cyber Public Relations pada @pt_inka dalam Membangun Citra Baik Perusahaan. *JiIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(4), 3601–3608.
- Denzin, N. K. (1978). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Dennis, A. R., & Kinney, S. T. (1998). Testing media richness theory in the new media: The effects of cues, feedback, and task equivocality. *Information Systems Research*, 9(3), 256–274. <https://doi.org/10.1287/isre.9.3.256>
- Dewi, A. R. (2022). *Manajemen media sosial pada akun Instagram Makan Pake Receh* [Skripsi sarjana, Universitas Pasundan]. Repository Unpas.
- Djanaid, Djanalis. (1993). *Public Relations: Teori dan Praktek*. Malang: Indopurels Group
- Effing, R., & Spil, T. A. (2016). The social strategy cone: Towards a framework for evaluating social media strategies. *International Journal of Information Management*, 36(1), 1–8.
- Fadhlan, M. H., & Putri, K. Y. S. (2022). Pengaruh Gaya Komunikasi Akun Instagram Folkative Terhadap Online Engagement (Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2019). *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(01).
- Farhatiningsih, L. (2018). Optimalisasi Penggunaan Instagram Dalam Praktik Kehumasan Pemerintah. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(1), 1–9.
- Fauziah, F., & Wicaksono, R. D. (2024). Instagram sebagai media sosialisasi PT Hutama Karya dalam menginformasikan keselamatan bagi pengguna jalan tol. *Mutiara: Multidisciplinary Scientific Journal*, 2(10), 945–963.
- Fisher, J., Odhiambo, F., Cotton, A. (2003). Spreading the word further: guidelines for disseminating development research. *Water, Engineering, and Development Center, Loughborough University*.
- Granovetter, M. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing of Public Relations*. Belmont: ThomsonWadsworth.
- Hajati, R. P., Perbawasari, S., & Hafiar, H. (2018). Manajemen aktivitas media sosial akun Instagram @IndonesiaBaik.Id. *Metacommunication: Journal of Communication Studies*, 3(2).
- Hallahan, K., Holtzhausen, D. R., Ruler, B. V., & Verčič, D. (2007). Defining strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(1), 3–35.
- Herlina, S. (2015). Strategi komunikasi humas dalam membentuk citra pemerintahan di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tribhuwana Tunggaladewi*, 4(3), 42441.
- Idrus, M. (1999). *Konsep pendidikan ilmu sosial* (Edisi ke-2). Jakarta: Erlangga.
- Ikhsan, Y. A. (2020). Studi kasus pengelolaan media sosial dalam diseminasi informasi perpajakan oleh Humas Direktorat Jenderal Pajak tahun 2019 (Magister Thesis, Universitas Gadjah Mada).
- Jantina, N. W., Listiyani, N. M., Purwani, N. K. N., & Carina, T. (2023). Pemanfaatan media sosial YouTube dan Instagram sebagai sarana pelestarian budaya dan lingkungan dalam mewujudkan Indonesia Emas. *Prosiding Pekan Ilmiah Pelajar (PILAR)*, 3, 179–184.



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA DISEMINASI INFORMASI OLEH BADAN USAHA MILIK NEGARA (BUMN) (STUDI KASUS PENGELOLAAN INSTAGRAM OLEH PT JASAMARGA JOGJA BAWEN DALAM PENYEBARAN INFORMASI PEMBANGUNAN JALAN TOL YOGYAKARTA-BAWEN)

Firzanah Nuraini, Adam Wijoyo Sukarno, S.I.P., M.A.

- Kaplan, A. M., & Haenken, M. (2010). *Life of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251.
- Kurniawan, A., & Dananjaya, D. (2024). Tol Yogyakarta-Bawen Seksi 6 Ditargetkan Selesai pada 2025. *Kompas*. <https://otomotif.kompas.com/read/2024/10/16/062200415/tol-yogyakarta-bawen-seksi-6-ditargetkan-selesai-pada-2025>
- Kurniawan, A. N. (2025). Analisis metode crawler crane dan launcher untuk efisiensi biaya dan waktu pengerjaan pemasangan PCI girder pada proyek pembangunan Jalan Tol Jogja-Bawen Seksi 01 (Bachelor Thesis, Universitas Mercu Buana-Buncit).
- Kusuma, R. S., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengelolaan informasi Humas PT PAL Indonesia dalam membangun citra perusahaan di era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Komunikasi Publik*, 12(1), 56–70. <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp/article/view/2708>
- Kusumastuti, F. (2002). *Dasar-dasar hubungan masyarakat*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Laksono, M. Y. (2025). Ini daftar lengkap 77 proyek strategis nasional 2025–2029. *Kompas*. <https://www.kompas.com/properti/read/2025/03/03/143000021/ini-daftar-lengkap-77-proyek-strategis-nasional-2025-2029>
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi: Serba ada serba makna*. Kencana Prenada Media Group.
- Lovejoy, K., & Saxton, G. D. (2012). Information, community, and action: How nonprofit organizations use social media. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 337–353.
- Luttrell, R. (2019). *Social media: How to engage, share, and connect* (3rd ed.). Lanham: Rowman & Littlefield.
- Macnamara, J., & Zerfass, A. (2012). Social media communication in organizations: The challenges of balancing openness, strategy, and management. *International Journal of Strategic Communication*, 6(4), 287–308.
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan konten media sosial korporat pada Instagram sebuah pusat perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9.
- Mefalopulos, P. (2008). *Development communication sourcebook: Broadening the boundaries of communication*. World Bank Publications.
- Mergel, I. (2012). *Social media in the public sector: A guide to participation, collaboration and transparency in the networked world*. John Wiley & Sons.
- Miles, M. S., & Huberman, A. M. (2009). *Analisis data kualitatif*. Jakarta: UI-Press.
- Natalina, I. (2021). *DISEMINASI INFORMASI PROGRAM REBRANDING BKKBN DI DAERAH (Studi Kasus Pengomunikasian Program Hasil Rebranding BKKBN pada Stakeholder Eksternal Dinas PPKB dan PPPA Kabupaten Pacitan)* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Ningrum, F. K., & Syarah, M. M. (2019). Instagram dan Twitter sebagai strategi Humas PT Jasa Marga (Persero) Tbk dalam meningkatkan pelayanan. *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Da'wah*, 2(2), 122–133.
- Nuraeni, A. D., & Nugraha, D. A. (2020). Studi efektivitas sosialisasi proyek pembangunan Pelabuhan Patimban dan penerimaannya oleh masyarakat. *Jurnal Komunikasi*, 6(1).



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA DISEMINASI INFORMASI OLEH BADAN USAHA MILIK NEGARA (BUMN) (STUDI KASUS PENGELOLAAN INSTAGRAM OLEH PT JASAMARGA JOGJA BAWEN DALAM PENYEBARAN INFORMASI PEMBANGUNAN JALAN TOL YOGYAKARTA-BAWEN)

Firzanah Nuraini, Adam Wijoyo Sukarno, S.I.P., M.A.

Nurudin. (2007). *Pengantar ke teori komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada.

Ordoñez, M., & Serrat, O. (2017). Disseminating knowledge products. In *Knowledge Solutions* (pp. 871–878). Singapore: Springer.

Parveen, F., Jaafar, N. I., & Ainin, S. (2015). Social media usage and organizational performance: Reflections of Malaysian social media managers. *Telematics and Informatics*, 32(1), 67–78.

Polit, D., & Beck, C. (2004). *Nursing research: Principles and methods* (7th ed.). Philadelphia: J. B. Lippincott Company.

Prawira, M. (2023). Diseminasi informasi pelayanan pariwisata melalui website di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Ogan Komering Ulu Provinsi Sumatera Selatan (Doctoral dissertation, IPDN).

Priliantini, A., Kusumajanti, & Sari, M. P. (2018). Diseminasi informasi publik oleh Humas Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia dalam meningkatkan public awareness: Studi kasus pada Permen No. 2 Tahun 2015 terkait pelarangan penggunaan pukat hela dan pukat trawl. *Jurnal Komunikasi Media dan Informatika*, 7(3).

Roudhonah. (2007). *Ilmu komunikasi*. UIN Jakarta Press.

Santo. (2023). Menilik progres terkini pembangunan Jalan Tol Jogja-Bawen. *Detik*. <https://www.detik.com/jogja/bisnis/d-6825805/menilik-progres-terkini-pembangunan-jalan-tol-jogja-bawen>

Sari, D. M., & Sunarya, D. M. (2017). Strategy of humas tourism ministry in disseminating the indonesian tourism through online media (Case Study Strategy of Online Media). *PANTAREI*, 1(01).

Setiawan, J. H. W. (2024). Strategi Menteri Basuki tekan anggaran Tol Jogja–Bawen. *Detik*. <https://www.detik.com/jogja/bisnis/d-7584869/strategi-menteri-basuki-tekan-anggaran-tol-jogja-bawen>

Setiawan, J. H. W. (2025). Kena efisiensi, bagaimana nasib proyek Tol Jogja–Bawen?. *Detik*. <https://www.detik.com/jogja/bisnis/d-7796906/kena-efisiensi-bagaimana-nasib-proyek-tol-jogja-bawen>

Setyanto, Y., & Winduwati, S. (2017). Diseminasi informasi terkait pariwisata berwawasan lingkungan dan budaya guna meningkatkan daya tarik wisatawan (Studi pada Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat). *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 164–175.

Setyawan, S. F. (2022). Pengelolaan media sosial untuk pelestarian budaya (Studi kasus pengelolaan konten media sosial @kratonjogja oleh Tepas Tandha Yekti) (Bachelor Thesis, Universitas Gadjah Mada).

Soumena, F. Y., Umaima, U., Nurwahida, N., & Syam, D. R. Y. (2024). The influence of SME funding and non-performing financing on Indonesia's economic growth in the period 2015–2022. *Return: Study of Management, Economic and Business*, 3(2), 166–180.

Suharno. (2016). *Komunikasi bisnis peran komunikasi interpersonal dalam aktivitas bisnis*. PT Buku Seru.

Terry, G. R. (1993). *Prinsip-prinsip manajemen* (J. Smith, Terj.). Bumi Aksara.

Wahyuningrum, K. (2017). Peran Humas PT PLN (Persero) Area Samarinda dalam program hemat listrik di Kota Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 31–41.

Wahyuningsih, F. L. (2022). Pemanfaatan media sosial YouTube dan Instagram sebagai sarana pelestarian budaya dan promosi pariwisata Kraton Jogja (Bachelor Thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta).



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA DISEMINASI INFORMASI OLEH BADAN USAHA MILIK NEGARA (BUMN) (STUDI KASUS PENGELOLAAN INSTAGRAM OLEH PT JASAMARGA JOGJA BAWEN DALAM PENYEBARAN INFORMASI PEMBANGUNAN JALAN TOL YOGYAKARTA-BAWEN)

Firzanah Nuraini, Adam Wijoyo Sukarno, S.I.P., M.A.

- Yin, R. (2003). *Case study research: Design and methods* (3rd ed.). California: Sage Publications.
- Yona, S. (2006). Penyusunan studi kasus. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 10(2), 76–80.
- Yudistia, N. S., Roem, E. R., & Arif, E. (2023). Analisis terhadap Pengelolaan Media Sosial KPP Pratama Padang Satu untuk Meningkatkan Literasi Perpajakan Masyarakat Melalui Instagram. *MUKADIMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah, dan Ilmu-ilmu Sosial*, 7(1), 74-82.
- We Are Social, & Hootsuite. (2025). *Digital 2025: Indonesia*.
- We Are Social, & Meltwater. (2025). *Digital report Indonesia 2025*.
- Welch-Ross, M. K., & Fasig, L. G. (2007). *Handbook on communicating and disseminating behavioral science*. Sage Publications.