

## REFERENCES

- Akbar, M. F., Evadianti, Y. & Asniar, I (2021). *Public relations*. Ikatan Guru Indonesia.
- Aisah, D. D., & Prasetyawati, Y. R. (2018). Pengaruh konten dan gaya komunikasi di platform konsultasi berbasis online @ibunda\_id dalam *brand awareness*. 17(1), 29-38.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective public relations 9th edition*. Kencana Prenadamedia Group.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. CBS College Publishing.
- Hidayat, Rizki. (2016). *Peran public relations dalam mempengaruhi konten media*. 5(1). 90-100.
- Novianty, D., & Prastya, D. (2021, February 15). *Jumlah pengguna internet di Indonesia capai 202,6 juta orang*. Suara.  
<https://www.suara.com/tekno/2021/02/15/123000/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-2026-juta-orang>.
- Permasih, I., Abidin, Y. Z., & Ma'arif, A. A. (2018). Pengelolaan media sosial instagram humas pemerintah provinsi Jawa Barat. 3(1), 25-46.
- Ospina, E. O. (2019, September 18). *The rise of social media*. Our World in Data.  
<https://ourworldindata.org/rise-of-social-media>.
- PT PLN (Persero). (n.d.). *Profil Perusahaan*. Tentang Kami.  
<https://web.pln.co.id/tentang-kami/profil-perusahaan>.
- PT PLN (Persero) UP3 Yogyakarta. (2019). *Penerapan panduan dan aplikasi identitas perusahaan pada publik internal*. Yogyakarta.
- Statista Research Department. (2021, January 22). *Social media marketing usage rate in the United States from 2013 to 2022*. Statista.  
<https://www.statista.com/statistics/203513/usage-trands-of-social-media-platforms-in-marketing/>.
- Wiryanto (2004). *Pengantar ilmu komunikasi*. Grasindo.