

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, R. (2020). Perancangan Kampanye Kesehatan “Fitformation” dalam Gerak Aktif dan Hidup Sehat. *Journal Komunikasi*, 11(2), 83–92.
- Ahada, N., & Zuhri, A. F. (2020). Menjaga Kelestarian Hutan Dan Sikap Cinta Lingkungan Bagi Peserta Didik Mi/Sd Di Indonesia. *El Banar*, 3(1), 35–46. <https://doi.org/10.54125/elbanar.v3i1.43>
- Ansar, S. S. A., Rahmawati, A., & Arrahman, R. D. (2024). Peninjauan Bencana Alam akibat Deforestasi Hutan dan Tantangan Penegakkan Hukum mengenai Kebijakan Penebangan Hutan Berskala Besar di Indonesia. *Indonesian Journal of Law and Justice*, 1(4), 11. <https://doi.org/10.47134/ijlj.v1i4.2740>
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu. *Kinesik*, 9(2), 176–182. <https://doi.org/10.22487/ejk.v9i2.327>
- Arba, Sudiarto, & Yuniansari, R. (2023). Perlindungan Hutan Dan Fungsinya Bagi Kehidupan Manusia Dan Lingkungan Alam. *Jurnal Kompilasi Hukum*, 8(2). <https://doi.org/10.29303/jkh.v8i2.144>
- Arifuddin, M. R., & Irwansyah. (2019). Dari foto dan video ke toko: Perkembangan instagram dalam perspektif konstruksi sosial. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 3(1), 37–55.
- Atkins, C. K., & Rice, R. E. (2013). *Theory and Principles of Public Communication Campaigns*. Sage Publications.
- Awaluddin, A. (2019). Studi tentang pentingnya komunikasi Dalam pembinaan keluarga. *Jurnal Retorika*, 1(1), 110–118. <https://doi.org/10.47435/retorika.v1i1.246>
- Aziz, A., Riyanto, D. F. E., & Nugroho, D. (2021). Pengenalan media digital pada masa pandemi di yayasan domyadhu (dompok yatim dhuafa). *Jatmika*, 2(3).
- Bogan, C. (2010). *Sosial Media 101: Tactics and Tips to Develop your Business Online*. Jhon Wiley & Sons.
- Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (1982a). *Qualitative Research for Education an Introduction to Theory and Methods*. Allyn and Bacon.
- Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (1982b). *Qualitative Research for Education an Introduction to Theory and Methods*. Allyn and Bacon.
- BPS. (2025). *Luas Kawasan Hutan dan Kawasan Konservasi Perairan Indonesia Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan, 2017-2022*. Bps.Go.Id. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/1/MTcxNiMx/luas-kawasan-hutan-dan-kawasan-konservasi-perairan-indonesia-berdasarkan-surat-keputusan-menteri-lingkungan-hidup-dan-kehutanan--2017-2021.html>

- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 9(1), 140–157. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>
- Cangara, H. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan & strategi komunikasi*. Rajawali Pers.
- Carr, C. T., & and Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46–65. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>
- Castells, M. (2000). *The Rise of the Network Society*. Wiley-Blackwell.
- Creswell, J., & Poth, C. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage Publications.
- Denzin, N. K., Lincoln, Y. S., Giardina, M. D., & Cannella, G. S. (2009). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. Sage Publications.
- Fadli, A., & Sazali, H. (2023). Peran Media Sosial Instagram @Greenpeaceid Sebagai Media Kampanye Dalam Menjaga Lingkungan. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO*, 8(2), 209–222. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i2.32>
- Giantika, G. G. (2019). Strategy Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Dan Penjualan Fashion Muslim Online (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @zilohijab). *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 169–175. <https://doi.org/10.31294/jkom.v10i2.6219>
- Gregory, Anne. (2010). Planning and Managing Public Relations Campaigns A Strategic Approach (PR in Practice). London: Kogan Page..
- Gunawan, I.-, Fauzi, A. A., Aulya, D., Jaya, S. I., & Meirizka, N. (2021). Pengaruh Kampanye Iklan #Kasihlembihan Gojek Indonesia Terhadap Persepsi Publik. *Ekspresi Dan Persepsi*, 4(1), 29–38. <https://doi.org/10.33822/jep.v4i1.2336>
- Hamidah, G., & Kussusanti. (2024). Pengaruh Kampanye Public Relations “Waste Down Beauty Up” Terhadap Kesetiaan Pelanggan Sociolla Dengan Mediasi Corporate Image. *Communications*, 6(1), 63–87. <https://doi.org/10.21009/communications.6.1.4>
- Hamidah, N. S., & Hakim, R. J. (2023). Peran Sosial Media Atas Perilaku Konsumtif Belanja Bagi Ibu Rumah Tangga Di Desa Lebaksari Kec.Parakansalak. *Jurnal Riset Ilmiah*, 2(3), 682–686. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i3.618>
- Hayati, K., & Afriani, A. L. (2023). Pemanfaatan Fitur Instagram Hashtag (#) Di Era Konvergensi. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan*, 5(1), 46–61. <https://doi.org/10.31599/komaskam.v5i1.2265>
- Ilhami, M. W., Nurfajriani, W. V., & Mahendra, A. (2024). Penerapan Metode Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(9), 1–23.
- Inadjo, I. M., Mokal, B. J., & Kandowangko, N. (2023). Adaptasi Sosial SDN 1

- Pineleng Menghadapi Dampak Covid-19 Di Desa Pineleng 1 Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa. *Journal Ilmiah Society*, 3(1), 1–7.
- Inayah, S. N., & Utari, S. A. (2025). Cyber Public Relations pada Kampanye Sadar Wisata 5 . 0 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. *Konsensus*.
- Iqbal, M., & Nugraha, Z. A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial dalam Kampanye Digital # WasteDownBeautyUp oleh Sukin dan Sociolla. *Harmoni*, 1(3).
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kasuma, E., Hairunnisa, & Nurliah. (2022). Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup Balikpapan Pada Program Halte Sampah Di Kelurahan Gunung Bahagia. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 41–51.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks.
- Kumaat, R., Himpong, M., & Waleleng, G. (2020). Peran Komunikasi Dalam Pendidikan Pers Pada Wartawan Di Sekretariat Aliansi Jurnalis Independen Manado. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(1).
- Kusuma, D. A., Yendra, M., Bakhtiar, R., & Takdir, M. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Pola Komunikasi Pemerintah Dan Masyarakat Dalam Era Digital. *Ekasakti Jurnal Penelitian Dan Pengabdian*, 5(1), 23–32.
- Landsverk, K. (2014). *The Instagram Handbook*. Prime Head Limited.
- Lani, O. P., & Handayani, B. (2021). Peranan Humas Pemerintahan (Government Public Relations) dalam Menciptakan Reputasi Pemerintahan yang Baik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 130–140. <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i2.4071>
- Laowo, A. C., & Vanel, Z. (2024). Strategi Kampanye Digital Anggota Legislatif Untuk Meningkatkan Citra. *Juremi*, 4(2), 437–456.
- Lasswell, H. D. (1948). *The Structure and Function of Communication in Society*. Institute for Religious and Social Studies.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2016). *Ensiklopedia teori komunikasi*. Kencana.
- Mahruf, R., Aqdam Fidayah, N., & Fajria Dakila, N. (2022). Peran media digital dalam meningkatkan komunikasi dan partisipasi politik masyarakat. *Youth Communication Day*, 165(01), 165–172. <https://doi.org/10.12928/ycd.v1i1.12248>
- Maryam, S., Prasetyo, P., & Mahdalena, V. (2021). Literasi Media Digital Pada Kampanye Greenpeace Id Di Media Sosial Instagram Dalam Merubah Perilaku Masyarakat. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*, 5(1).

- Maulvi, H. R., Rizal, E., & Lusiana, E. (2023). Peran Media Sosial Bagi Humas Pemerintah. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 92–101. <https://doi.org/10.31294/jkom.v14i1.14939>
- McQuail, D. (2005). *Mass communication theory*. Sage Publications.
- Menlhk. (2024). *Pemecahan KLHK dalam Kabinet Merah Putih 2024-2029: Memperkuat Peran Lingkungan Hidup dan Kehutanan*. Menlhk.Go.Id. <https://itjen.menlhk.go.id/berita/pemecahan-klhk-dalam-kabinet-merah-putih-2024-2029-memperkuat-peran-lingkungan-hidup-dan-kehutanan>
- Miles, M., & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode–metode Baru*. Pearson Educación.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Muhajir, N. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta.
- Muskanan, A. D., Tjahyana, L. J., & Aritonang, A. I. (2019). Motif dan kepuasan followers dalam mengikuti akun @ayutingting92 di instagram. *Jurnal E-Komunikasi*, 7(2), 1–11.
- Nabil, M., Sugandi, S., & Ghufro, G. (2021). Penggunaan Fitur Instagram Stories Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (Studi Pada Akun Instagram @Griizelle.Id). *EJournal Ilmu Komunikasi*, 9(3), 16–30.
- Nainggolan, R. R. E. (2024). Analisis Penggunaan Website dan Media Sosial Pemerintah untuk Pelayanan Publik. *Jurnal Teknologi Dan Komunikasi Pemerintahan*, 6(1), 1–21. <https://doi.org/10.33701/jtkp.v6i1.4221>
- Nazakhan, R., & Wibawa, A. (2022). Efek Komunikasi Massa Terhadap Masyarakat di Era Society 5.0. *Jurnal Inovasi Teknologi Dan Edukasi Teknik*, 2(11), 510–515. <https://doi.org/10.17977/um068v2i112022p510-515>
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods*. Pearson New International Edition.
- Norman K. Denkin. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosda Karya.
- Peraturan Menteri Kehutanan Republik Indonesia Nomor 11. (2025). *Pengelolaan Tugas Belajar Bagi Pegawai Negeri Sipil Di Lingkungan Kementerian Kehutanan*.
- Permatasyari, A. (2021). Perkembangan Komunikasi Massa. *Jurnal Prosiding*, 1(1), 18–31.
- PERMENPANRB. (2012). Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah Dengan. In *Undang-Undang*.
- Purwa, I. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Menuju Masyarakat Cerdas Berpengetahuan. *MSIP*, 2(1).
- Puspita, A., & Handayani, A. N. (2022). Dampak Teknologi Digital Terhadap Perilaku Sosial Masyarakat 5.0. *Jurnal Inovasi Teknologi Dan Edukasi Teknik*,

- 2(10), 446–451. <https://doi.org/10.17977/um068v2i102022p446-451>
- Puspitasari, S., & Rusmiati, E. T. (2021). Komunikasi Dan Konstruksi Sosial Atas Realitas Perempuan Bekerja Dalam Pelabuhan Industri. *Dinamika Ilmu Komunikasi*, 1(1), 44–52.
- Putri, D. A. S., & Setyawan, S. (2025). Analisis Resepsi Followers Akun Instagram @ menjadimanusia dalam Kesehatan Mental. *Jurnal Interaksi*, 9(1), 181–199.
- Putri, F. D. K., Anjaska, R., & Ambarwati, W. (2024). Pengaruh Fitur Instagram Reach Story Dan Impression Sebagai Target Marketing Untuk Analisis Perilaku Konsumen. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(7), 304–317.
- Putri, I., Dendi, Syukerti, N., Mulyadi, A. I., & Maulana, I. (2022). Media Sosial Sebagai Media Pergeseran Interaksi Sosial Remaja. *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha*, 2(2), 1–10.
- Rahmah, N. I., Hairunnisa, & Sabiruddin. (2022). Strategi Komunikasi Kantor Bahasa Provinsi Kalimantan Timur Dalam Mempertahankan Bahasa Daerah. *EJournal Ilmu Komunikasi*.
- Rahmawati, D. (2018). Risiko Polarisasi Algoritma Media Sosial : Kajian Terhadap Kerentanan Sosial dan Ketahanan Bangsa. *Jurnal Kajian Lemhanas RI*, 33, 37–49.
- Rogers, E. M. (1994). *History of Communication Study: A biographical approach*. New York: Free Press. The Free Press.
- Ruslan, R. (2013). *Kampanye Public Relations*. PT Raja Grafindo Persada.
- Sari, I. J. P. (2022). Peranan Komunikasi Massa Dalam Penyampaian Informasi Pada Masyarakat Kampung Adoki Distrik Yendidori Kabupaten Biak Numfor. *Komunikasi, Politik & Sosiologi*, 4(1), 50–55.
- Sari, R. A., Devi, R., & Harahap, N. (2024). Peran Kebijakan Public Dalam Konservasi Sumber Daya Hutan Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 2(1), 187–198. <https://doi.org/10.59059/maslahah.v2i1.685>
- Sianipar, B., Kartika Cahayani, Okta Safitri, Bram Handoko, Dinda Aisyah Nurul Intan, M. Khoru Kurnia Subagja, & Silitonga, F. (2024). Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Mangrove Pandang Tak Jemu Di Kampung Tua Bakau Serip. *Jurnal Keker Wisata*, 2(2), 154–166. <https://doi.org/10.59193/jkw.v2i2.251>
- Siregar, A., & Sumantri, P. (2024). Pemanfaatan Media Digital dalam Proses Pembelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) Terpadu di Sekolah Dasar Kak Seto. *Education & Learning*, 4(1), 17–22. <https://doi.org/10.57251/el.v4i1.1242>
- Situmorang, W., & Hayati, R. (2023). Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Validasi Dan Representasi Diri. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 9(1), 111–118. <https://doi.org/10.33369/jsn.9.1.111-118>
- Slice. (2024). *Tren Pengguna Media sosial dan Digital Marketing Indonesia*.

- Slice.Id. <https://www.slice.id/blog/tren-pengguna-media-sosial-dan-digital-marketing-indonesia-2024>
- Subhan Ab, Harahap, V. S., & AK, A. (2021). Metode Komunikasi Inter Personal Pada Pelayanan Pelanggan Terhadap Citra Perusahaan Listrik Negara (Persero) Rayon Takengon Kabupaten Aceh Tengah (Studi Deskriptif Keluhan Tarif Listrik Di Kampung Bebesen). *Jurnal JIKOSHUM*, 1(1), 1–17.
- Sudirman, M., Fatmawati, A. M., & Mustari, N. (2024). Kebijakan Pemerintah Dalam Mencegah Pembalakan Liar Dan Melestarikan Taman Buru Ko'Mara Di Kabupaten Jenepono. *Asia-Pacific Journal of Public Policy*, 10(1), 63–73. <https://doi.org/10.52137/apjpp.v10i1.206>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2021). Memahami Sumber Data Penelitian : Primer, Sekunder, Dan Tersier. *Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies*, 2(2), 28–33.
- Supit, M., Lopian, M., & Tulung, T. (2022). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Elektabilitas Calon Anggota Legislatif Dalam Pemilihan Umum Tahun 2019 (Studi Di Desa Mobuya Kecamatan Passi Timur Kecamatan Bolaang). *Eksekutif*, 2(1), 1–10.
- Susanti, K., & Hidayati, A. N. (2021). Kreatif Pesan Kampanye Sosial #NikahkanMaskerVaksin Sebagai Upaya Pengendalian Pandemi Covid 19. *GANDIWA Jurnal Komunikasi*, 1(2), 75–82. <https://doi.org/10.30998/g.v1i2.921>
- Sutjiatmi, S., Pambudi, D. P., Rosyanti, E., Amelia, V., & Habibullah, A. (2022). Strategi Komunikasi Pemerintahan Walikota Tegal Dalam Penanggulangan Pandemi Covid-19. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(2), 358–371. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v5i2.2249>
- Tulung, A. A., Suskarwati, S. ulya, & Abinta, V. C. (2021). Instagram Sebagai Media Government Public Relations Kementerian Komunikasi Dan Informatika Di Masa Pandemi Covid 19. *Commed*, 5(2), 137–153. <https://doi.org/10.33884/commed.v5i2.3667>
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social media marketing*. Sage Publication.
- Ultavia B, A., Jannati, P., Malahati, F., Qathrunnada, & Shaleh. (2023). Kualitatif : Memahami Karakteristik Penelitian Sebagai Metodologi. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 11(2), 341–348. <https://doi.org/10.46368/jpd.v11i2.902>
- Undang-undang Nomor 41. (1999). Tahun 1999 Tentang Kehutanan. In *Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia* (Issue 1).
- Utami, A. D. (2017). Strategi Komunikasi Dinas Sosial Kabupaten Sukoharjo dalam Program Kartu Indonesia Sehat (KIS) di Kelurahan Gayam. *Jurnal Komunika*, 6(1), 1–7.
- Vardhani, N. K., & Tyas, A. S. P. (2019). Strategi Komunikasi Dalam Interaksi

- Dengan Mahasiswa Pertukaran Asing. *Jurnal Gama Societa*, 2(1), 9. <https://doi.org/10.22146/jgs.40424>
- Varenia, I. A. N., & Phalguna, I. B. Y. (2022). Implikasi Media Baru Sebagai Media Komunikasi Dan Teknologi Informasi. *Sadharananikarana*, 4(1), 623–632. <https://doi.org/10.53977/sadharananikarana.v4i1.614>
- Vianey. (2024). Upaya Pemerintah Desa dalam Pelestarian Hutan. *Kaganga*.
- Wiebecke, C., & Peters, W. (1984). Aspect of Sustained Yiel History Forest Sustention as the Principle of Forestry Idea and Reality. In *History of Sustained Forestry*.
- Wright, C. R. (1956). Sociology of Mass Communications: 1945–55. In *Sociology in the United States of America: A Trend Report*. UNESCO.
- Yanti, N. P. E. D., Sugiarta, I. N. G., & Suryani, L. P. (2022). Peran Masyarakat dalam Upaya Pelestarian Hutan Taman Nasional Bali Barat di Desa Eka Sari. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 3(2), 287–291. <https://doi.org/10.22225/juinhum.3.2.5066.287-291>
- Yin, R. K. (2023). *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. Widya Mandala Catholic University Surabaya.
- Yusanda (2021). Strategi Personal Bradning Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana). <https://doi.org/10.9744/scriptura.11.1.41-52>
- Yuniarti, A., Titin, T., Safarini, F., Rahmadia, I., & Putri, S. (2023). Media Konvensional Dan Media Digital Dalam Pembelajaran. *Journal Education and Technology*, 4(2), 84–95. <https://doi.org/10.31932/jutech.v4i2.2920>
- Yuniawati, Y., Hadiati, H., & Sari, Y. (2024). Pengaruh Pesan, Kampanye Dan Religiusitas Terhadap Moderasi Beragama Pada Kantor Kementerian Agama Kabupaten Bogor. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 10(1).
- Zakia, H. (2024). Kampanye Digital #Alleysonrafah Di Instagram Dalam Mengubah Perspektif Dan Membangun Solidaritas Kemanusiaan. *Journal Of Digital Communication And Design*, 3(2).
- Zebua, W. D. A., & Utari, S. A. (2020). Manajemen Kampanye Humanesia Dompot Dhuafa dalam Mempersuasi Generasi Milenial. *Jurnal Lontar*, 8(2), 29–31.