

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, J. (2018). Desain penelitian analisis isi (Content analysis). *Researchgate*, 5(9), 1-20.
- Ajaib.co.id. (2023). *Perusahaan Manufaktur terbesar di Indonesia*.
<https://ajaib.co.id/perusahaan-manufaktur-terbesar-di-indonesia/>
- A'la, A. (2022). Analisis Komentar Netizen melalui Instagram Akun @dagelanmusik terhadap Konten Televisi Indonesia. *Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry*.
- Amazon. (2023). *Apa yang dimaksud dengan Analisis Sentimen?*
<https://aws.amazon.com/id/what-is/sentiment-analysis/>
- Amriel, E. E. Y., & Ariescy, R. R. (2021). Analisa Engagement Rate Di Instagram: Fenomena Like Dan Komentar. *Media Manajemen Jasa*, 9(2).
- Anggita, A. M., & Parapuan. (2022). *Manfaat Kritik dan Saran dari Konsumen*.
<https://www.parapuan.co/read/533254174/pengusaha-wajib-tahu-ini-3-manfaat-kritik-dan-saran-dari-konsumen>
- Annisa, Z. (2017). aksi tindak kejahatan di indonesia (analisis isi mengenai pemberitaan aksi perampokan, pencurian, dan pembegalan di surat kabar kompas tahun 2015). *Diss. Universitas Jenderal Soedirman*.
- Babla.co.id. (2024). *Out of Context Definition*. Idiom.
<https://www.babla.co.id/bahasa-inggris/out-of-context>
- Barelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. New York: The Free Press.
- Bhudiarsa, Y. T. (2022). PENYEBARLUASAN PESAN TOLERANSI: ANALISIS ISI KONTEN INSTAGRAM #MEYAKINIMENGHARGAI. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 2(2), 97-110.
- Binus.ac.id, Barnabas, Y., Stephanie, & Alicia, F. (2022). *Bagaimana Marketing Strategy Sukses: Studi kasus PT Indofood Sukses Makmur Tbk*.
<https://binus.ac.id/bandung/creativepreneurship/2022/04/10/bagaimana-marketing-strategy-sukses-studi-kasus-pt-indofood-sukses-makmur-tbk/>
- CNBC Indonesia & Aflaha, A. (2022). *Laris Manis! Indomie Produk RI Mendunia, Ada di 100 Negara*. Market.
<https://www.cnbcindonesia.com/market/20220720091943-17-356921/laris-manis-indomie-produk-ri-mendunia-ada-di-100-negara>
- CNBC Indonesia & Rachman, A. (2024). *Daftar Industri yang Untung & Buntung Besar di 2023*. Pertumbuhan Ekonomi.
<https://www.cnbcindonesia.com/news/20240205121122-4-511923/ini-daftar-industri-yang-untung-buntung-besar-di-2023>
- Cronbach, L. J., & Meehl, P. E. (1955). CONSTRUCT VALIDITY IN PSYCHOLOGICAL TESTS. *Classics in the History of Psychology*, 52, 281-302.
- Dailysocial & Azis, L. (2021). *Tipe Konten di Instagram*.
<https://dailysocial.id/post/5-tipe-konten-di-instagram-dari-single-image-hingga-guide>
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Slyvia, D., & Gebang, A. A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Media Sains Indonesia.
- Daya.id. (2021). *Evaluasi Usaha*.
<https://daya.id/usaha/artikel-daya/sumber-daya-manusia/kapan-saatnya-anda-perlu-melakukan-sebuah-evaluasi-usaha->

- Daya.id & Fohan, A. K. (2022). *Cara Mudah Mendapat Feedback dari Customer Anda*.
<https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/operasional/cara-mendapatkan-feedback-dari-customer?t>
- Digital Krew. (2023). *Memfaatkan Konten Sesuai dengan Tujuan Marketing*.
<https://digitalkrew.id/cara-memanfaatkan-konten-sesuai-dengan-tujuan-marketing/>
- Dovetail Research. (2023). *What is construct validity?* Research Methods.
https://dovetail-com.translate.google.com/research/construct-validity/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc
- Elmertian, D., Sholikhah, S., & Sari, D. A. P. (2024). EFEKTIVITAS IKLAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DENGAN PENDEKATAN AIDA MODEL: (Studi Kasus Instagram@ Kopikenangan. id). *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3(1), 67-77.
- Eriyanto, A. I. (2011). *Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya* (1st ed.). Jakarta: Kencana.
- Flores, V. A., Jasa, L., & Linawati, L. (2020). Analisis Sentimen untuk Mengetahui Kelemahan dan Kelebihan Pesaing Bisnis Rumah Makan Berdasarkan Komentar Positif dan Negatif di Instagram. *Majalah Ilmiah Teknologi Elektro*, 19(1).
- Gramedia & Badriyah, S. (2021). *Kalimat Pujian, Kalimat Kritikan, Kalimat Saran dan Kalimat Ungkapan Lain*.
<https://www.gramedia.com/literasi/pujian-kritik-saran-ungkapan/>
- Haikaya, O. D., Nabila, N., Afrella, G. R., Alfindy, M., & Wasil, M. (2023). Analisis Strategi pemasaran pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk. *Implementasi Manajemen & Kewirausahaan*, 3(2), 40-51.
- Hanif, A., & Wardhani, M. F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Brand Uniqlo di Kota Semarang. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 3989-4002.
- Hidayati, K., & Caturiyati. (2013). Validitas Konstruksi (construct validity) dalam Pengembangan Instrumen Penilaian Non-Kognitif. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699.
- Hua, A. K. (2016). Pengenalan rangkakerja metodologi dalam kajian penyelidikan: satu kajian literatur. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 17-24.
- Investopedia & Kenton, W. (2022). *What a Call to Action (CTA) Is and How It Works*.
<https://www.investopedia.com/terms/c/call-action-cta.asp>
- Jama, J. (1990). Populasi dan Sampel. *Makalah*, 1(1), 1-11.
- Kantar Worldpanel. (2023). *Brand Footprint Indonesia 2023*.
https://www.kantarworldpanel-com.translate.google.com/News/Brand-Footprint-Indonesia-2023?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc
- Karuru, P. (2013). Pentingnya Kajian Pustaka Dalam Penelitian. *Jurnal Keguruan Dan Ilmu Pendidikan*, 2(1), 1-9.
- Khalil, I., Shihab, M. S., & Hammad, H. (2023). Pengaruh Konten dan Copywriting Instagram Terhadap Brand Awareness dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 13(3), 307-317.
- Kotler, P. (1994). Reconceptualizing marketing: an interview with Philip Kotler. *European Management Journal*, 12(4), 353.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing* (13th ed.). Pearson Prentice Hall, USA.
- Krippendorff, K. (1991). *Content Analysis: an introduction on its Methodology*. London: SAGE Publications.

- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: disertasi contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Kumparan. (2024). *Komentar Positif pada Sosial Media*.
<https://kumparan.com/ragam-info/7-contoh-komentar-positif-bahasa-indonesia-pada-sosial-media-22HIyHrzX3C>
- Kumparan & Athifah. (2023). *Indomie: Mie Instan Kecintaan Masyarakat Dunia*. News.
<https://kumparan.com/athifahfa7/indomie-mie-instan-kecintaan-masyarakat-dunia-21HCgs8s35c>
- LP2M. (2022). *Analisis Sentimen : Definisi, Tipe, dan Cara Kerjanya*. Artikel.
<https://lp2m.uma.ac.id/2022/02/21/analisis-sentimen-sentiment-analysis-definisi-tipe-dan-cara-kerjanya/>
- LP2M. (2022). *Analisis Teks : Definisi, Teknik serta Contohnya*. Artikel.
<https://lp2m.uma.ac.id/2022/04/28/analisis-teks-definisi-teknik-serta-contohnya/>
- LP2M. (2022). *Mengenal Unit Analisis*. Artikel.
<https://lp2m.uma.ac.id/2022/11/30/mengenal-unit-analisis-pengertian-jenis-serta-contoh/>
- Marlina, E. (2020). Pengembangan Model Pembelajaran Blended Learning Berbantuan Aplikasi Sevima Edlink. *Jurnal Pedagogik*, 3(2), 104-110.
- Mulyadi, E. (2022). Analisis Isi Pesan Instagram BPBD DKI Jakarta Dalam Mitigasi Bencana Banjir Memakai Model CERC. *Jurnal Signal*, 10(2), 220-233.
- Muthmainnah, M., Noerroslina, S., Aran, R. R., & Hariyati, F. (2023). Analisis Komentar Negatif Kelangkaan Minyak Goreng pada Akun Instagram @megawatisoekarnoputri.id. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 86-97.
- Noviastuti, E. (2022). PROSES PRODUKSI KONTEN KECANTIKAN PADA FITUR INSTAGRAM REELS (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram@lalalaskin_). *Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA*.
- Nugroho, I. (2016). Positivisme Auguste Comte : Analisa Epistemologis dan Nilai Etisnya Terhadap Sain. *Jurnal Studi Islam*, 11(2), 167-177.
- Parancika, B., & Aris, M. (2023). Dampak Komentar Negatif dalam Akun Media Sosial bagi Perkembangan Karakter Anak Usia Dini. *Jurnal Kajian Bahasa dan Sastra*, 5(1), 163-172.
- Prasetyo, R. I. (2023). Analisis isi Kuantitatif Tindak Rasisme dalam Film BlacKkKlansman. *Jurnal Interaksi Sosiologi*, 2(2), 18-31.
- Pratiwi, V. (2017). White Collar Crime In Media (Analisis Isi Berita Kasus Kejahatan Korupsi Di Indonesia Dalam Harian Kompas Bulan Januari-Juni 2015). *Diss. Universitas Jenderal Soedirman*.
- Purba, B., Gaspersz, S., Bisyrri, M., Putriana, A., & Hastuti, P. (2020). *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar*. Yayasan Kita Menulis.
- Putri, A. J., Syafira, A. S., Purbaya, M. E., & Purnomo, D. (2022). Analisis sentimen e-commerce lazada pada jejaring sosial twitter menggunakan algoritma support vector machine. *Jurnal TRINISTIK: Jurnal Teknik Industri, Bisnis Digital, dan Teknik Logistik*, 1(1), 16-21.
- Putri, S. R. (2023). CREATING REELS CONTENT TO INCREASE INSTAGRAM ENGAGEMENT OF THE NATIONAL LAND AGENCY'S REGIONAL OFFICE IN DI YOGYAKARTA. *Doctoral Dissertation Universitas Gadjah Mada*.
- RevoU. (2023). *Apa itu Analisis Sentimen? Analisis Sentimen*.
<https://revou.co/kosakata/analisis-sentimen>

- RevoU. (2024). *STP (Segmentation, Targeting, Positioning)*.
<https://revou.co/kosakata/stp>
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312-318.
- Sadipun, S., Putra, I. G. N. A. C., & Dwidasmara, I. B. G. (2023). ANALISIS SENTIMEN FEEDBACK CUSTOMER BERBASIS WEBSITE. *Jurnal Pengabdian Informatika*, 2(1), 77-82.
- Sampoerna Academy. (2022). *Rumus Slovin: Pengertian, Notasi, dan Contoh Soal*.
<https://www.sampoernaacademy.sch.id/id/rumus-slovin/#main>
- Sinayang, M. (2022). ANALISIS PERSEPSI AUDIENS PEREMPUAN @MADFORMAKEUP.CO TERHADAP KAMPANYE FEMVERTISING #REBELTOGETHER DI INSTAGRAM.
<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/97707/>
- Soedarsono, D. K., Mohamad, B., Adamu, A. A., & Pradita, K. A. (2020). Managing Digital Marketing Communication of Coffee Shop Using Instagram. *International Journal of Interactive Mobile Technology*, 14(5).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwasano, N. R., & Djauhari, M. (2022). Pengaruh Media Sosial Instagram@ LocalPrideIndonesia Terhadap Minat Beli Followers. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 2(2), 88-98.
- Swarjana, I. K. (2022). *Populasi-Sampel, Teknik Sampling & Bias dalam Penelitian*. Penerbit Andi.
- Undang-Undang No. 8 Tahun 1997 Tentang Dokumen Perusahaan* (Indonesia, Compiler). (1997). Lembaran Negara RI Tahun 1997 Nomor 18 Tambahan lembaran RI Nomor 3674. Sekretariat Negara, Jakarta.
- Vogt, W. P., & Johnson, B. (2011). *Dictionary of Statistics & Methodology A Nontechnical Guide for the Social Sciences*. SAGE Publications.
- We are Social. (2023). *Digital 2023 Indonesia*. Digital 2023.
https://wearesocial-com.translate.google.com/blog/2023/01/digital-2023/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc
- Wijaya, T. (2014). Pengaruh electronic word of mouth (ewom) terhadap keputusan pembelian kamera Dslr. *Doctoral dissertation, Program Studi Manajemen FEB-UKSW*.
- Zonka Feedback, & Sharma, S. (2024). *Analisis Teks*.
https://www-zonkafeedback-com.translate.google.com/blog/text-analysis?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc