

Nomor Daftar FPIPS : 4423/UN40.A2.8/ PT/2023

**ANALISIS ISI IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY* HOTEL DITINJAU DALAM MEDIA SOSIAL DI  
KOTA BANDUNG**

**Skripsi**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penulisan Skripsi  
Pada Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata



**Oleh:**

**Yehezkiel**

**1802388**

**DEPARTEMEN MANAJEMEN PEMASARAN PARIWISATA  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

**2023**

## **LEMBAR HAK CIPTA**

### **ANALISIS ISI IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY HOTEL DITINJAU DALAM MEDIA SOSIAL DI KOTA BANDUNG**

Oleh

Yehezkiel

1802388

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia

© Yehezkiel 2023

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2023

Hak cipta dilindungi Undang – Undang  
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak sebagian atau seluruhnya,  
dengan cetak ulang, difoto-kopi, atau cara lainnya tanpa seizin dari penulis

Yehezkiel, 2023

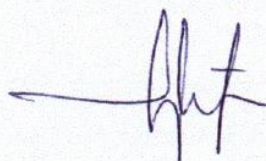
**ANALISIS ISI IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY HOTEL DITINJAU DALAM  
MEDIA SOSIAL DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**ANALISIS ISI IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL***  
***RESPONSIBILITY* HOTEL DITINJAU DALAM MEDIA SOSIAL DI**  
**KOTA BANDUNG**

Skripsi ini disetujui dan disarankan oleh :

**Pembimbing 1**



**Dr. Gitasiswahara, SE.Par., M.M**  
**NIP. 19730510 200812 1 002**

**Pembimbing 2**



**Endah Fitriyani, S.Par., M.M. Par**  
**NIP. 92019021 991041 5 201**

**Mengetahui,**  
**Ketua Program Studi**  
**Manajemen Pemasaran Pariwisata**



**Taufik Abdullah, Ph. D**  
**NIP.19851024 01404 1 001**

**Tanggung Jawab Yuridis**  
**Ada Pada Penulis,**



**Yehezkiel**  
**NIM 1802388**

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**ANALISIS ISI IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY HOTEL DITINJAU DALAM MEDIA SOSIAL DI KOTA BANDUNG**” ini beserta seluruh isinya adalah benar benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/Sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya penulis ini.

Bandung, Agustus 2023  
Yang Membuat Pernyataan



Yehezkiel  
NIM. 1802388

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan pada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunia-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Isi Implementasi *Corporate Social Responsibility* Hotel Ditinjau Dalam Media Sosial di Kota Bandung”. Skripsi ini membahas pemanfaatan media sosial dalam komunikasi *CSR* pada Industri Hotel. Adapun maksud dan tujuan dari penulisan Skripsi ini adalah untuk memenuhi Tugas akhir, Jurusan Manajemen Pemasaran Pariwisata, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, UPI Bandung.

Selama penulisan skripsi ini banyak sekali hambatan yang penulis alami. Namun berkat bantuan, dorongan, serta bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Tetapi penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak tertutup kemungkinan didalamnya masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun. Akhir kata, semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi para pembaca.

Bandung, Februari 2023

Yehezkiel,  
NIM 1802388

## UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. karena berkat rahmat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat menempuh ujian sidang sarjana Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia. Penyusunan skripsi ini tidak dapat berjalan dengan baik apabila tanpa adanya dukungan, bimbingan, serta bantuan dari beberapa pihak. Atas segala motivasi serta bantuan yang telah penulis terima, dengan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Solehuddin, M.Pd., MA selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Dr. Agus Mulyana, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Taufik Abdulah Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata Universitas Pendidikan Indonesia yang telah memberikan bimbingan serta masukan kepada penulis selama penyusunan skripsi.
4. Bapak Dr. Gitasiswhara, SE. selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Endah Fitriyani, S.Par., M.M. Par selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan motivasi, bimbingan serta masukan yang sangat bermanfaat selama penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh pengajar di lingkungan Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata yaitu bapak Prof. Dr. Vanessa Gaffar, SE.Ak. MBA., ibu HP. Diyah Setiyorini, M.M, bapak Oce Ridwanudin, SE., MM., bapak Rijal Khaerani, M.Stat. Par. serta pengajar lainnya dan staff administrasi yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, dan dukungan sangat bermanfaat kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
6. Ibu Meriwati selaku orang tua, serta Jesslyn Chresstella dan Jessica Chresstella sebagai kaka tercinta yang tidak berhentinya mendoakan, mendukung, menemani dan menjadi motivasi bagi penulis untuk menyelesaikan studi di Manajemen Pemasaran Pariwisata.

7. Primayani Esterina, Ismi, Ridalani, Dini Karina, Rianno Guntara, Satya Reynaldi, Listrida Novianty, Shirley Natasha, Eric Willem, Felli, Muchi, Alin, Selvi Seftiani, Indra Parningotan, Sofie Vanbonga, Chrisma Immanuel, Shafa CG 85, GMS, yang merupakan sahabat terdekat saya selama menjalani perkuliahan hingga saya menyelesaikan studi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan kalian, dilancarkan segala urusan, diberikan kesehatan selalu.

Bandung, 18 Agustus 2023

Penulis

Yehezkiel

1802388

## ABSTRAK

# ANALISIS ISI IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY HOTEL DITINJAU DALAM MEDIA SOSIAL DI KOTA BANDUNG

Oleh:  
Yehezkiel (1802388)

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kegiatan *CSR* yang dipublikasikan oleh hotel di media sosial dan intensitasnya, selain itu juga untuk mengetahui kegiatan *CSR* yang dapat meningkatkan *relationship marketing* di industri perhotelan. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pengumpulan data berasal dari internet melalui sosial media dan wawancara. Semua postingan hotel dianalisis sehubungan dengan *CSR* hotel. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis isi kualitatif, penyajian data serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hotel yang menjadi objek penelitian telah mengkomunikasikan kegiatan *CSR* mereka melalui sosial media dengan dimensi kualitas produk layanan yang paling banyak diunggah, selain itu juga melalui wawancara didapat bahwa dengan kegiatan *CSR* yang konsisten, inovatif, adanya kerjasama dengan pihak terkait dan selalu dikomunikasikan lewat media sosial dapat memberikan citra yang positif sehingga mempengaruhi persepsi masyarakat yang secara tidak langsung meningkatkan *Relationship Marketing* bagi hotel tersebut.

**Kata kunci:** *CSR*, Media sosial, Hotel



## ABSTRACT

### ***CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ANALYSIS HOTEL REVIEWED ON SOCIAL MEDIA IN BANDUNG CITY***

**By:**  
**Yehezkiel (1802388)**

*This research was conducted with the aim of knowing the CSR activities publicized by hotels on social media and their intensity, in addition to knowing CSR activities that can improve relationship marketing in the hospitality industry. The research method used a descriptive qualitative approach. Data collection came from the internet through social media and interviews. All hotel posts were analyzed in relation to the hotel's CSR. The data analysis technique used is qualitative content analysis, data presentation and conclusion drawing. The results showed that the hotel that became the object of research has communicated their CSR activities through social media with the most uploaded service product quality dimension, besides that also through interviews it was found that with consistent, innovative CSR activities, cooperation with related parties and always communicated through social media can provide a positive image so as to influence public perception which indirectly increases Relationship Marketing for the hotel.*

**Keywords:** *CSR, Social media, Hotel*



## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| LEMBAR HAK CIPTA.....   | ii   |
| LEMBAR PENGESAHAN .....   | iii  |
| LEMBAR PERNYATAAN.....  | iv   |
| KATA PENGANTAR .....  | v    |
| UCAPAN TERIMAKASIH.....   | vi   |
| ABSTRAK.....  | viii |
| ABSTRACT.....   | ix   |
| DAFTAR ISI.....   | 1    |
| DAFTAR TABEL.....   | 3    |
| DAFTAR GRAFIK.....  | 5    |
| DAFTAR LAMPIRAN.....  | 6    |
| BAB I.....  | 7    |
| PENDAHULUAN .....   | 7    |
| 1.1    Latar Belakang .....   | 7    |
| 1.2    Rumusan Masalah.....   | 14   |
| 1.3    Tujuan Penelitian .....                                      | 14   |
| 1.4    Manfaat Penelitian .....                                     | 15   |
| 1.5    Sistematika Penulisan .....                                  | 15   |
| BAB II.....   | 17   |
| KAJIAN PUSTAKA' .....   | 17   |
| 2.1 Kajian Pustaka .....  | 17   |
| 2.1.1 <i>Relationship Marketing</i> .....                           | 17   |
| 2.1.2 Komunikasi <i>CSR (Corporate Social Responsibility)</i> ..... | 18   |
| 2.1.3 Media Sosial.....   | 23   |
| 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....                                 | 24   |
| 2.3    Kerangka Penelitian .....                                    | 29   |
| BAB III .....   | 30   |
| METODOLOGI PENELITIAN.....  | 30   |
| 3.1 Desain Penelitian .....   | 30   |
| 3.2 Subjek dan waktu Penelitian.....                                | 33   |
| 3.3 Sumber dan Jenis Data.....                                      | 33   |

**Yehezkiel, 2023**

**ANALISIS ISI IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY HOTEL DITINJAU DALAM MEDIA SOSIAL DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

|  |     |
|--|-----|
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data.....   | 34  |
| 3.5 Teknik Analisis Data.....  | 34  |
| 3.5.1 Teknik Analisis Isi/ <i>Content Analysis</i> .....   | 35  |
| 3.5.2 Teknik Analisis Deskriptif Kualitatif.....   | 37  |
| 3.6 Keabsahan Data .....   | 38  |
| 3.6.1 Triangulasi Ahli .....   | 38  |
| BAB IV .....   | 40  |
| Temuan dan Pembahasan.....   | 40  |
| 4.1 Profil Hotel.....  | 40  |
| 4.1.1 Hotel Patra Bandung .....  | 40  |
| 4.1.2 PRIMEPARK Bandung .....  | 40  |
| 4.2 Deskripsi Temuan Penelitian .....  | 42  |
| 4.2.1. Kegiatan <i>CSR</i> yang dipublikasikan hotel di media sosial Instagram .....   | 42  |
| 4.2.2. Intesitas secara kuantitas dan kualitas kegiatan <i>CSR</i> hotel yang dilakukan.....                                       | 61  |
| 4.2.3 Kegiatan <i>CSR</i> dapat meningkatkan relationship marketing di industri perhotelan 80                                      |     |
| 4.3 Pembahasan Penelitian.....   | 111 |
| 4.3.1 Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> yang diunggah di sosial media Instagram hotel .....                          | 111 |
| 4.3.2 Intenitas Kuantitas dan kualitas <i>Corporate Social Responsibility</i> .....  | 115 |
| 4.3.3 Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> yang meningkatkan <i>relationship marketing</i> di industri perhotelan ..... | 115 |
| BAB V KESIMPULAN, SARAN, IMPLIKASI, DAN KETERBATASAN PENELITIAN .....  | 118 |
| 5.1 Kesimpulan .....   | 118 |
| 5.2. Saran .....   | 120 |
| 5.3 Implikasi dan Keterbatasan Penelitian .....  | 120 |
| DAFTAR PUSTAKA .....   | 121 |
| LAMPIRAN.....  | 127 |

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 2. 1 Enam Dimensi CSR menurut de Grosbois, 2012 ..... | 22 |
| Tabel 3. 1 Subjek Penelitian .....                          | 33 |
| Tabel 3. 2 Teknik Pengumpulan Data.....                     | 34 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Persentase Realisasi Kegiatan CSR Jawa Barat tahun 2022 ..... | 8  |
| Gambar 1. 2 Platform media favorit per januari tahun 2023 .....           | 10 |
| Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....                                       | 29 |
| Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....  | 32 |

## DAFTAR GRAFIK

|  |    |
|--|----|
| Grafik 1. 1 Postingan mengenai <i>CSR</i> pada Hotel Bintang 3 di kota Bandung ..... | 11 |
| Grafik 1. 2 Postingan mengenai <i>CSR</i> pada Hotel Bintang 4 di kota Bandung ..... | 13 |
| Grafik 4. 1 Supplier Relations (Hubungan Pemasok).....                               | 61 |
| Grafik 4. 2 Enviromental Issues (Isu Lingkungan).....                                | 62 |
| Grafik 4. 3 Diversity Issues (Keragaman) .....                                       | 65 |
| Grafik 4. 4 Employee Relations (Hubungan Karyawan) .....                             | 67 |
| Grafik 4. 5 Community Relations (Hubungan Komunitas) .....                           | 69 |
| Grafik 4. 6 Product Service Quality (Kualitas Layanan Produk).....                   | 73 |
| Grafik 4. 7 Perbandingan 6 Dimensi Hotel Patra dan PRIMEPARK Hotel .....             | 77 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|   |     |
|---|-----|
| LAMPIRAN 1 Surat Permohonan Penelitian dan Surat Izin Kunjungan .....                 | 128 |
| LAMPIRAN 2 Transkrip Wawancara Partisipan Penelitian .....                            | 130 |
| LAMPIRAN 3 Tabel Bimbingan.....   | 158 |
| LAMPIRAN 4 Dokumentasi Wawancara.....   | 160 |
| LAMPIRAN 5 Pengumpulan Data Konten Unggahan Instagram @patra.bandung.....             | 161 |
| LAMPIRAN 6 Pengumpulan Data Konten Unggahan Instagram @primeparkhotelbandung<br>..... | 176 |
| LAMPIRAN 7 Proses Pengkodean Wawancara.....   | 192 |
| LAMPIRAN 8 Proses Analisis Isi Instagram .....  | 233 |



## DAFTAR PUSTAKA

- Adiati, M. P. (2012). Program Corporate Social Responsibility di Industri Hotel: Sebuah Keuntungan atau Kerugian untuk Hotel. *Binus Business Review*, 3(1), 502. <https://doi.org/10.21512/bbr.v3i1.1338>
- Afifah, R. L., & Djuwita, A. (2019). Pemanfaatan Media Baru Dalam Strategi Komunikasi CSR (studi Deskriptif CSR Blood Donation Di Best Western Premier Solo Baru): New Media Use In CSR .... *EProceedings ...*, 6(1), 1579–1590.  
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/8574>
- Al-Abri, M. Y., Rahim, A. A., & Hussain, N. H. (2018). Entrepreneurial Ecosystem: An Exploration of the Entrepreneurship Model for SMEs in Sultanate of Oman. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 9(6), 193–206. <https://doi.org/10.2478/mjss-2018-0175>
- Ali, I., Isabel, A., & Bicho, J. M. (2015). Corporate Social Responsibility in the Digital Age Article information : *Corporate Social Responsibility Ain the Digital Age*, 7, 165–185.
- Argyris, Y. A., Wang, Z., Kim, Y., & Yin, Z. (2020). The effects of visual congruence on increasing consumers' brand engagement: An empirical investigation of influencer marketing on instagram using deep-learning algorithms for automatic image classification. *Computers in Human Behavior*, 112(December 2019), 106443.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106443>
- Aya Pastrana, N., & Sriramesh, K. (2014). Corporate Social Responsibility: Perceptions and practices among SMEs in Colombia. *Public Relations Review*, 40(1), 14–24. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2013.10.002>

Yehezkiel, 2023

**ANALISIS ISI IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY HOTEL DITINJAU DALAM MEDIA SOSIAL DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Bachri. (2010). Menyakinkan Validitas Data melalui triangulasi pada penelitian Kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 46–62.
- Benavides-Velasco, C. A., Quintana-García, C., & Marchante-Lara, M. (2014). Total quality management, corporate social responsibility and performance in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 41, 77–87. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.05.003>
- Buhalis, D. (2019). Technology in tourism-from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: a perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 267–272. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0258>
- Coles, T., Fenclova, E., & Dinan, C. (2013). Tourism and corporate social responsibility: A critical review and research agenda. *Tourism Management Perspectives*, 6, 122–141. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2013.02.001>
- Daub, C. H. (2007). Assessing the quality of sustainability reporting: an alternative methodological approach. *Journal of Cleaner Production*, 15(1), 75–85. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2005.08.013>
- De Grosbois, D. (2012). Corporate social responsibility reporting by the global hotel industry: Commitment, initiatives and performance. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 896–905. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.10.008>
- Du, S., & Vieira, E. T. (2012). Striving for Legitimacy Through Corporate Social Responsibility: Insights from Oil Companies. *Journal of Business Ethics*, 110(4), 413–427. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1490-4>
- Dwiyanti, N. K., & Mahyuni, L. P. A. L. (2018). PENERAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA INDUSTRI PERHOTELAN: STUDI KASUS PADA THE TANJUNG BENOA BEACH RESORT a.

Yehezkiel, 2023

**ANALISIS ISI IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY HOTEL DITINJAU DALAM MEDIA SOSIAL DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

*Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 3(2), 153–160.

<http://journal.undiknas.ac.id/index.php/akuntansi/>

- Ettinger, A., Grabner-Kräuter, S., & Terlutter, R. (2018). Online CSR communication in the hotel industry: Evidence from small hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 68(July 2017), 94–104. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.09.002>
- Glavas, A. (2016). Corporate social responsibility and employee engagement: Enabling employees to employ more of their whole selves at work. *Frontiers in Psychology*, 7(MAY), 1–10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00796>
- Gouda, S., & Hiremath, S. L. (2012). MNCs and community relations: the challenge of CSR in developing countries. *Indian Streams Research Journal*, 2(Ii), 1–4.
- Graneheim, U. H., & Lundman, B. (2004). Qualitative content analysis in nursing research: Concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nurse Education Today*, 24(2), 105–112. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2003.10.001>
- Gross, R. (2011). Corporate\_Responsibility\_White\_Paper Copy. *Whitepaper - Mandrake*, 1–23. [http://www.charities.org/sites/default/files/corporate\\_responsibility\\_white\\_paper\\_copy.pdf](http://www.charities.org/sites/default/files/corporate_responsibility_white_paper_copy.pdf)
- Hultman, J., & Elg, U. (2018). Developing CSR in retail–supplier relationships: a stakeholder interaction approach. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 28(4), 339–359. <https://doi.org/10.1080/09593969.2018.1462235>
- Indah, A. A. A., Dewi, K., Sudiksa, I. N., & Kalpikawati, I. A. (2022). *Corporate Social Responsibility in Small and Medium Sized Enterprises Hotel in Seminyak Area*. 13(1), 1–6.

Yehezkiel, 2023

**ANALISIS ISI IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY HOTEL DITINJAU DALAM MEDIA SOSIAL DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Iswah. (2011). *Panduan Praktis Mengoptimalkan Twitter*. Mediakita.
- Kim, S.-B., & Kim, D.-Y. (2016). The impacts of corporate social responsibility, service quality, and transparency on relationship quality and customer loyalty in the hotel industry. *Asian Journal of Sustainability and Social Responsibility*, 1(1), 39–55. <https://doi.org/10.1186/s41180-016-0004-1>
- Leppelt, T., Foerstl, K., & Hartmann, E. (2013). Corporate Social Responsibility in Buyer-Supplier Relationships: Is it Beneficial for Top-Tier Suppliers to Market their Capability to Ensure a Responsible Supply Chain? *Business Research*, 6(2), 126–152. <https://doi.org/10.1007/BF03342746>
- Maarif, N. (2019). *Pariwisata Sudah Sumbang US\$ 19,29 Miliar untuk Devisa Indonesia*. DetikTravel. <https://travel.detik.com/travel-news/d-4669424/pariwisata-sudah-sumbang-us-1929-miliar-untuk-devisa-indonesia>
- Mailanto. (2016). *Pengguna Instagram di Indonesia Terbanyak, Mencapai 89%*. <https://techno.okezone.com/read/2016/01/14/207/1288332/pengguna-instagram-di-indonesia-terbanyak-mencapai-89>
- Mayring, P. (2015). *Qualitative Content Analysis: Theoretical Background and Procedures*. 365–380. [https://doi.org/10.1007/978-94-017-9181-6\\_13](https://doi.org/10.1007/978-94-017-9181-6_13)
- Mayring, P., & June, V. (2014). Qualitative Content Analysis Theoretical Foundation and Basic Procedures. *143, June*, 1–138. [www.beltz.de](http://www.beltz.de)
- McDaniel, & Gates. (2015). *Marketing Research* (10th ed.).
- Moiescu, C., Carl, G., Keding, R., & Heerdegen, W. D. (2001). C. Moiescu. *Journal of Non-Crystalline Solids*, 289(1), 79–94.
- Morsing, M., & Schultz, M. (2006). Corporate social responsibility communication: stakeholder information, response and involvement strategies. *Business Ethics: A European Review*, 15(4), 323–338. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8608.2006.00460.x>

Yehezkiel, 2023

**ANALISIS ISI IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY HOTEL DITINJAU DALAM MEDIA SOSIAL DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Mubushar, M., Jaafar, N. B., & Rahim, R. A. (2020). The influence of corporate social responsibility activities on customer value co-creation: the mediating role of relationship marketing orientation. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 24(3), 309–330. <https://doi.org/10.1108/SJME-12-2019-0101>
- Myron Harrison, C. C. (2007). Global Environmental Health in the 21st Century. In *Global Environmental Health in the 21st Century*. <https://doi.org/10.17226/11833>
- Nursahid, F. (2006). Tanggung Jawab Sosial BUMN. Analisis Terhadap Kedermawanan Sosial PT Krakatau Steel, PT Pertamina, dan PT Telkom Indonesia. *Ford Foundantion*.
- Podnar, K. (2008). Guest editorial: Communicating Corporate Social Responsibility. *Journal of Marketing Communications*, 14(2), 75–81. <https://doi.org/10.1080/13527260701856350>
- Shen, L., & Wilkoff, S. (2022). Cleanliness is next to income: The impact of COVID-19 on short-term rentals. *Journal of Regional Science*, 62(3), 799–829. <https://doi.org/10.1111/jors.12581>
- Siering, M., Muntermann, J., & Rajagopalan, B. (2018). Explaining and predicting online review helpfulness: The role of content and reviewer-related signals. *Decision Support Systems*, 108, 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2018.01.004>
- Simon Kemp. (2023). *THE CHANGING WORLD OF DIGITAL IN 2023*. 26 January 2023. <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/>
- Tanford, S., Kim, M., & Kim, E. J. (2020). Priming social media and framing cause-related marketing to promote sustainable hotel choice. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(11), 1762–1781. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1760287>

Yehezkiel, 2023

**ANALISIS ISI IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY HOTEL DITINJAU DALAM MEDIA SOSIAL DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Vartiak, L. (2016). CSR Reporting of Companies on a Global Scale. *Procedia Economics and Finance*, 39(November 2015), 176–183. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)30276-3](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30276-3)
- von Hardenberg, A. G., & Tote, K. (2017). The Charta der Vielfalt: Assuming Responsibility for Diversity. In *CSR, Sustainability, Ethics and Governance*. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-43564-0\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-319-43564-0_6)
- Wang, X. W., Cao, Y. M., & Park, C. (2019). The relationships among community experience, community commitment, brand attitude, and purchase intention in social media. *International Journal of Information Management*, 49(October 2018), 475–488. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.07.018>
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>
- Ying, R. (2020). The Digitalization of Lifestyle in a Digital Era: A Case Study of WeChat in China. *International Journal of Literature and Arts*, 8(3), 119. <https://doi.org/10.11648/j.ijla.20200803.13>
- Yunus, M. R., & Riatno, E. B. (2019). Peran Public Relation dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui Program Corporate Social Responsibility Pada PT. Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandar Udara Frans Kaisiepo Biak. *Jurnal Komunikasi, Politik & Sosiologi*, 1(1), 1–24.

Yehezkiel, 2023

**ANALISIS ISI IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY HOTEL DITINJAU DALAM MEDIA SOSIAL DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu