

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, E. S., Ariani, R. S., & Hasnadewi, N. (2023). Analisis Upaya Penegakan Hukum Terhadap Tindakan Kemitraan Dalam Perspektif Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Jurnal Studia Legalia*, 4(01), 13–20. <https://doi.org/10.61084/jsl.v4i01.61>
- Amalia, D., Febrianita, R., & Kusnarto. (2021). Crisis Management of Covid-19 Cluster through Social Media Contents Analysis at @Inside Sampoerna. *Proceedings of the 3rd International Media Conference 2021 (IMC 2021)*, 672(Imc 2021), 110–121. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220705.011>
- Anani-Bossman, A. A. (2020). Role of Public Relations in Corporate Reputation Management: A Study of PR Practitioners in Selected Multinational Organisations in Ghana. *Corporate Reputation Review*, 24(4), 222–233. <https://doi.org/10.1057/s41299-020-00105-1>
- Anashrulloh, A. S. (2023). IMPRESSION MANAGEMENT BUPATI PADA MEDIA SOSIAL (Analisis Isi Kualitatif Bupati Sidoarjo Pada Akun Instagram @ahmadmuhdlorali)1. In *Repository UPN Jatim* (Vol. 10, Issue 10). <https://repository.upnjatim.ac.id/>
- Angela, N., & Ketut, S. I. (2021). Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Citra Merek Perusahaan terhadap Kepuasan Pembeli Pada Terapi Nuga Best Tahun 2020: The Influence Of Company Reputation And Company Brand Image On Buyer Satisfaction On The Best Nuga Therapy In 2020. *Arthaniti Studies*, 2(1), 65–71. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5549338>
- Anggraeni, R. (2024). *Ini Dia Media Sosial yang Paling Banyak Dipakai Orang Indonesia di Awal 2024*. Solopos.Com. <https://teknologi.solopos.com/ini-dia-media-sosial-yang-paling-banyak-dipakai-orang-indonesia-di-awal-2024-1899050>
- Annur, M. C. (2023). Media Sosial, Sumber Informasi Utama Masyarakat Indonesia. *Katadata. Co.Id*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/30/media-sosial-sumber-informasi-utama-masyarakat-indonesia>
- Apriliani, D. A. (2021). Tampilan Dampak Tekanan Sosial pada Perempuan dalam Buku Imperfect Karya Meira Anastasia. In *Universitas Semarang*. Universitas Semarang.
- Afif, M. F. Al, Nuringwahyu, S., & Krisdianto, D. (2020). Pengaruh Konten Dan Promosi Giveaway Terhadap Meningkatnya Popularitas (Studi Kasus Mobile Legends Bang Bang Pada Akun Instagram @Devclovedmlbb). *Jiagabi*, 9(1),

24–27.

- Amalia, L. (2023). Analisis Komunikasi Krisis Situasional Trans TV (Studi Kasus Program Kopi Viral Episode Saipul Jamil). *The Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 3(1), 1–17.
- Basar, N. F., Hamzah, F., & Aisyah, N. (2023). Penerapan Konsep Triple Bottom Line Pada Usaha Ayam Potong UD. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 6(1).
- Budi Utomo, S., Utami, E. Y., & Ardhiyansyah, A. (2023). Pengaruh *Brand Activism*, Persepsi Konsumen Terhadap Loyalitas Merek: Analisis dalam Konteks Industri Fast Fashion di Jawa Barat. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), 01–10. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v5i2.157>
- Baskoro Maliki, F. (2024). *65% of Indonesian Muslims Support Boycott of Israeli-Affiliated Products: Populix*. Jakarta Globe. <https://jakartaglobe.id/business/65-of-indonesian-muslims-support-boycott-of-israeliaffiliated-products-populix>
- Cindrakasih, R. R., Muhariani, W., Murtiadi, Saeni, E., & Priatna. (2024). *Buku Ajar Public Relations & Manajemen Krisis*. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Cnbc Indonesia. (2023). *AQUA Jadi Sasaran Boikot, Ini Klarifikasi Manajemen Danone*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20231113143029-33-488613/AQUA-jadi-sasaran-boikot-ini-klarifikasi-manajemen-danone>
- Dahuri, D. (2023). *Penghargaan untuk Danone Sebarkan Citra Positif kepada Stakeholders*. Media Indonesia. <https://mediaindonesia.com/humaniora/616281/penghargaan-untuk-danone-sebarkan-citra-positif-kepada-stakeholders>
- Desideria, B. (2023). *Galon Air Minum Mengandung BPA, Bagaimana Aturannya di Indonesia?* Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/health/read/5452316/galon-air-minum-mengandung-bpa-bagaimana-aturannya-di-indonesia?page=3>
- Ekasuci, R., Handar, M., Liliyana, & Suryani, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Bagi Radio Merso 93.9 FM. *Journal Komunikasi*, 11(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Elmada, M. A. G., Elmaresa, M. V., Wardhani, S., & Putri, W. A. N. (2022). Online reputation management with an Electronic word of mouth approach. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(2), 119–128. <https://doi.org/10.25139/jkp.v6i2.4401>
- Fahrudin, Z. A., & Prayudha, H. H. (2023). Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Reputasi Universitas Muhammadiyah Malang. *Jurnal Ilmu*

Komputer Dan Sistem Informasi (JIKOMSI), 6(2), 55–63.
<https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jikom>

- Fiantika, R. F., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., & Wahyuni, S. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasini* (1st ed., Issue Maret). PT Global Eksekutif Teknologi. <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAAJ&hl=en>
- Febiola, B., & Yuwono, W. (2023). Analisis Manajemen Risiko Bagian Hubungan Masyarakat pada Instansi Pemerintah. *Jurnal Bangkit Indonesia*, 12(2), 1–6. <https://doi.org/10.52771/bangkitindonesia.v12i2.240>
- Febriani, T. (2022). Pengaruh Kredibilitas Social Media Influencer (SMI) terhadap Kesadaran Merek Produk Pangan Olahan: Studi pada Produk Beras “Fortivit” Perum BULOG. *Jurnal Pangan*, 31(3), 233–248. <https://doi.org/10.33964/jp.v31i3.619>
- Goeritman, H. I. N. (2021). Crisis communication of Indonesia government during pandemic covid-19 using social media. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi*, 23(1), 1–19. <http://dx.doi.org/10.33169/iptekkom.23.1.2021.1-19>
- Gelora.co. (2023). *Dampak Boikot Produk Israel, Pedagang Air Isi Ulang Merk AQUA Merugi*. Gelora.Co. <https://www.gelora.co/2023/11/dampak-boikot-produk-israel-pedagang.html>
- Ghalisthan, A. R. (2023). *EFEKTIVITAS PENGGUNAAN FITUR REELS DI INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN BRAND RECOGNITION (Studi Pada Followers Instagram @luxxestudio)* (Vol. 5) [Universitas Lampung]. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>
- Hamidah, N. S., & Hakim, R. J. (2023). Peran Sosial Media Atas Perilaku Konsumtif Belanja Bagi Ibu Rumah Tangga Di Desa Lebak Sari Kec.Parakansalak. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(3), 682–686. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i3.618>
- Haryoko, S., Bahartiar, & Arwadi, F. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*. Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar.
- Herdiyani, S., Safa’atul Barkah, C., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 103–121. <https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5878.103-121>
- Imaduddin, W., & Amalia, D. (2023). Manajemen Krisis PT Vidio Dot Com Pada Tayangan Piala Dunia 2022 Qatar. *Nusantara*, 10(10), 4825–4832.

<http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/article/view/13858>

- Inggar, D., & Agmasari, S. (2023). *Sejarah Air Minum Dalam Kemasan Dijual di Dunia dan Indonesia*. Kompas.Com.
<https://www.kompas.com/food/read/2023/05/05/141200375/sejarah-air-minum-dalam-kemasan-dijual-di-dunia-dan-indonesia?page=2>
- Irawan, B. F. (2020). *Menyingkap Kualitas Pelayanan Pada Toko Kelontong Aulia Anugerah Pati*. Universitas Semarang. Afif, M. F. Al, Nuringwahyu, S., & Krisdianto, D. (2020). Pengaruh Konten Dan Promosi Giveaway Terhadap Meningkatnya Popularitas (Studi Kasus Mobile Legends Bang Bang Pada Akun Instagram @Devclovedmlbb). *Jiagabi*, 9(1), 24–27.
- Amalia, L. (2023). Analisis Komunikasi Krisis Situasional Trans TV (Studi Kasus Program Kopi Viral Episode Saipul Jamil). *The Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 3(1), 1–17.
- Amanda Putra, B., & Toto Raharjo, S. (2022). PENGARUH MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN DAN REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP RETENSI PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Bengkel Alex Ac Mobil Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(1), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Basar, N. F., Hamzah, F., & Aisyah, N. (2023). Penerapan Konsep Triple Bottom Line Pada Usaha Ayam Potong UD. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 6(1).
- Budi Utomo, S., Utami, E. Y., & Ardhiyansyah, A. (2023). Pengaruh Brand Activism, Persepsi Konsumen Terhadap Loyalitas Merek: Analisis dalam Konteks Industri Fast Fashion di Jawa Barat. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), 01–10. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v5i2.157>
- Febiola, B., & Yuwono, W. (2023). Analisis Manajemen Risiko Bagian Hubungan Masyarakat pada Instansi Pemerintah. *Jurnal Bangkit Indonesia*, 12(2), 1–6. <https://doi.org/10.52771/bangkitindonesia.v12i2.240>
- Febriani, T. (2022). Pengaruh Kredibilitas Social Media Influencer (SMI) terhadap Kesadaran Merek Produk Pangan Olahan: Studi pada Produk Beras “Fortivit” Perum BULOG. *Jurnal Pangan*, 31(3), 233–248.
<https://doi.org/10.33964/jp.v31i3.619>
- Febrianti, V., & Oktaviani, F. (2020). Community Relation Dalam Menjaga Citra Positif Radio. *Jurnal Mutakallimin : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2).
<https://doi.org/10.31602/jm.v3i2.3688>
- Goeritman, H. I. N. (2021). Crisis communication of Indonesia government during pandemic covid-19 using social media. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan*

Teknologi Komunikasi, 23(1), 1–19.
<http://dx.doi.org/10.33169/iptekkom.23.1.2021.1-19>

- Irwanti, M. (2023). *MANAJEMEN KRISIS KOMUNIKASI (Tinjauan Teoritis dan Praktis)* (Pertama). Widina Media Utama.
- Jao, R., Ng, S., Holly, A., Rotty, M. A., & Agustuty, L. (2023). Peran Corporate Social Responsibility Dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan Serta Dampaknya Terhadap Stock Return. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 08(01), 14–29.
- Juliana, R., Asmara, S., & Kurniawati, D. (2022). Manajemen Komunikasi Krisis Direktorat Jenderal Pajak Dalam Mengatasi Dampak Negatif Dari Pemberitaan Pajak Pertambahan Nilai Barang Kebutuhan Pokok. *Komunika*, 18(2), 17–35. <https://doi.org/10.32734/komunika.v18i2.9545>
- Kartiko Kurniawan, B. (2023). *Strategi Repon Krisis pada Lembaga Penyiaran Publik (Studi Kasus Pemilihan Dewan Pengawas RRI Periode 2021-2026)*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Kriyantono, R., & Ameliah, A. (2020). Perencanaan Darurat Menghadapi Krisis pada Kementerian dan Lembaga Nonstruktural Pusat. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 17(2), 167–184. <https://doi.org/10.24002/jik.v17i2.2191>
- Muhamad, N. (2023). *Mayoritas Rumah Tangga Indonesia Konsumsi Air Minum Kemasan*. Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/layanan-konsumen-kesehatan/statistik/a534ca3504f5a4a/mayoritas-rumah-tangga-indonesia-konsumsi-air-minum-kemasan>
- Muttaqien, P. F. (2023). Kajian Literatur Sistematis Teori Pertukaran Sosial Dalam Hubungan Dua Arah. *Communicative: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1–23.
<https://journal.bungabangsacirebon.ac.id/index.php/communicative>
- Nirmalasari, A. (2020). Crisis Management in Public Relations: Meta-Synthesis Analysis of Online Activism. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 24(2). <https://doi.org/10.33299/jpkop.24.2.2446>
- Nisa, H., Winangsih, R., Framanik, N. A., Muldi, A., & Kurniawati, R. N. K. (2024). Strategi Komunikasi Krisis (Studi Kasus: Humas Untirta dalam Menangani Kasus Revengeporn). *MOTEKAR: Jurnal Multidisiplin Teknologi Dan Arsitektur*, 2(1), 172–182.
<https://doi.org/10.57235/motekar.v2i1.2231>
- Rachmaningsih, R. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI AMPHURI DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN PADA ANGGOTA. *Jurnal Syntax Transformation*, 33(1), 1–12.

- Rita Dwi Lestari Hulu, Muhammad Fahmi Habib, Resa Shin Tia, Fitri Maulida Husna, & Suhair. (2023). Pentingnya Teknik Lobi Dan Negosiasi Dalam Komunikasi Bisnis. *JEBIMAN: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(Vol. 1 No. 5 (2023): September), 567–574.
- Rueyanno, R. R., & Andhita, R. P. (2021). Implementasi Image Restoration Theory Dalam Film Hancock. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 150–168. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i2.6417>
- Safitri, D. (2023). *Public Relations Pada Media sosial* (L. Gustia (ed.)). CV Mitra Cendekia Media.
- Shabrina, A., Nugrahani, R. U., Nasywa, S., & Aminia, A. (2024). Brand Personality Selebriti Sebagai Strategi Komunikasi Krisis. *Jurnal Riset Komunikasi*, 7(2), 208–217.
- Titani, A. M., & Susilowati, E. (2022). Kepemilikan Saham Publik dan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(2), 948–963. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i2.4451>
- Top Brand. (2024). *Komparasi Brand Index*. www.Topbrand-Award.Com. https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=2&id_subkategori=432&tahun_awal=2019&tahun_akhir=2023&brand1=Ades&brand2=AQUA&brand3=Cleo&brand4=Club&brand5=Le Minerale
- Wrobel, S. (2023). *French dairy giant Danone leads \$3.5m investment into Israeli cultured milk startup*. The Times of Israel. <https://www.timesofisrael.com/french-dairy-giant-danone-leads-3-5m-investment-into-israeli-cultured-milk-startup/>
- Yogie Alwatan. (2023). Komunikasi Krisis Polri: Strategi Image Repair Polri Dalam Tragedi Kanjuruhan. *Translitera : Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 12(1), 1–9. <https://doi.org/10.35457/translitera.v12i1.2694>
- Jannah, M. R. (2023). *Boikot Produk Israel: Mengenal Gerakan BDS dan Sejarahnya*. Tempo.Co. <https://dunia.tempo.co/read/1802989/boikot-produk-israel-mengenal-gerakan-bds-dan-sejarahnya>
- Jihad, R. (2023). *Pangsa Pasar AMDK Produk Lokal Naik, Produsen Dalam Negeri Genjot Inovasi*. Viva.Co.Id. <https://www.viva.co.id/berita/bisnis/1584949-pangsa-pasar-amdk-produk-lokal-naik-produsen-dalam-negeri-genjot-inovasi?page=2>
- Jimenez, H. (2023). *Disebut Produk Asing dan Pro Israel, Le Minerale: Itu Hoaks*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/cek->

fakta/read/5453381/disebut-produk-asing-dan-pro-israel-le-minerale-itu-hoaks

- Kani Putri, Y. S. (2023). *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Perusahaan dan Reputasi Perusahaan sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Perusahaan di Indeks SRI-KEHATI Tahun 2017-2021)* [Universitas Jambi]. <https://repository.unja.ac.id/60763/>
- KartiniHarahap, I. azhari, Arwana, N. Y., & Br Rambe, S. wahyu tami. (2020). Teori dalam Penelitian Media. *Edukasi Nonformal*, 3(2), 137–138. <https://ummaspul.e-journal.id/JENFOL/article/download/4470/1791/>
- Mahanum. (2021). Tinjauan Kepustakaan. *ALACRITY : Journal of Education*, 1(2), 1–12. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.20>
- Melia, T., & Sutiaperman, A. (2021). Public Relations (Komunikasi Strategis, Digital, dan Bertanggung Jawab). In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Vol. 7, Issue 2). Widina Bhakti Persada.
- Mutia, C. (2023). *AQUA dan Le Minerale, Dua Merek Air Mineral Paling Banyak Dikonsumsi Warga Indonesia*. Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/23/AQUA-dan-le-minerale-dua-merek-air-mineral-paling-banyak-dikonsumsi-warga-indonesia>
- Muhamad, N. (2023). *Mayoritas Rumah Tangga Indonesia Konsumsi Air Minum Kemasan*. Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/layanan-konsumen-kesehatan/statistik/a534ca3504f5a4a/mayoritas-rumah-tangga-indonesia-konsumsi-air-minum-kemasan>
- Muttaqien, P. F. (2023). Kajian Literatur Sistematis Teori Pertukaran Sosial Dalam Hubungan Dua Arah. *Communicative: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1–23. <https://journal.bungabangsacirebon.ac.id/index.php/communicative>
- Nisa, H., Winangsih, R., Framanik, N. A., Muldi, A., & Kurniawati, R. N. K. (2024). Strategi Komunikasi Krisis (Studi Kasus: Humas Untirta dalam Menangani Kasus Revengeporn). *MOTEKAR: Jurnal Multidisiplin Teknologi Dan Arsitektur*, 2(1), 172–182. <https://doi.org/10.57235/motekar.v2i1.2231>
- Nurdewi. (2022). Implementasi Personal Branding Smart Asn Perwujudan Bangsa Melayani Di Provinsi Maluku Utara. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 1(2), 297–303. <https://doi.org/10.55681/sentri.v1i2.235>
- Nurjani, A., & Kurniawan, D. (2024). *Unilever Reveals Sales Drop Due To The Impact Of Israel's Boycott*. Voi.Id. <https://voi.id/en/economy/355357>
- Planasari, S. (2023). *No Israel Revisi Jumlah Korban Serangan 7 Oktober, Turun*

- Menjadi 1.200 Orang*. Tempo.Co.
<https://dunia.tempo.co/read/1795399/israel-revisi-jumlah-korban-serangan-7-oktober-turun-menjadi-1-200-orang>
- Priantiwi, T. N., & Abdurrahman, M. (2023). Analisis Konten Pembelajaran Bahasa Arab Pada Media Tiktok. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 8, 1365–1371. <https://jipp.unram.ac.id/index.php/jipp/article/view/1502>
- Prihardito, S. R. M. A. (2023). *MANAJEMEN KRISIS BPBD KOTA AMBON DALAM PENANGGULANGAN BENCANA ALAM TAHUN 2019 – 2022* [UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA SEMARANG].
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>
- Rindi, S. (2023). *Ini Perusahaan RI yang Umumkan Boikot Produk Pendukung Israel*. CNBC Indonesia.
<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20231102080110-33-485697/ini-perusahaan-ri-yang-umumkan-boikot-produk-pendukung-israel>
- Rony, T. (2023). *153 Negara Setuju Resolusi Gencatan Senjata di Gaza, Namun 10 Negara Menolak*. Liputan 6.
<https://www.liputan6.com/global/read/5479700/153-negara-setuju-resolusi-gencatan-senjata-di-gaza-namun-10-negara-menolak?page=2>
- Rachmaningsih, R. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI AMPHURI DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN PADA ANGGOTA. *Jurnal Syntax Transformation*, 33(1), 1–12.
- Rita Dwi Lestari Hulu, Muhammad Fahmi Habib, Resa Shin Tia, Fitri Maulida Husna, & Suhair. (2023). Pentingnya Teknik Lobi Dan Negosiasi Dalam Komunikasi Bisnis. *JEBIMAN: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(Vol. 1 No. 5 (2023): September), 567–574.
- Safitri, D. (2023). *Public Relations Pada Media sosial* (L. Gustia (ed.)). CV Mitra Cendekia Media.
- Shabrina, A., Nugrahani, R. U., Nasywa, S., & Aminia, A. (2024). *Brand Personality Selebriti Sebagai Strategi Komunikasi Krisis*. *Jurnal Riset Komunikasi*, 7(2), 208–217.
- Safira, N. W., & Zurani, I. (2022). Pengaruh Terpaan Media Instagram @Pekanbarukuliner Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 77–85.
<https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/download/7524/6544>
- Safitri, B. (2024). *Pengawas Periklanan Pertanyakan Iklan “100% Indonesia” AQUA*. Warta Ekonomi. <https://wartaekonomi.co.id/read537551/pengawas-periklanan-pertanyakan-iklan-100-indonesia-AQUA>

- Safriyal, O. H. (2021). *Analisis Gerakan “Boycott Japan” di Korea Selatan terhadap Kebijakan Proteksi Ekspor Bahan Kimia Pembuat Semi Konduktor ke Korea Selatan oleh Jepang* [Universitas Kristen Satya Wacana].
<https://repository.uksw.edu/handle/123456789/22705>
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., & Tingga, C. P. (2022). *Brand Image dan Brand Awareness*. In A. Sudirman (Ed.), *Brand Marketing: The Art of Branding*. CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
https://www.researchgate.net/publication/358140468_Brand_Image_dan_Brand_Awareness
- Soeryohadi, A., Adiwijaya, M., Subagio, H., & Herjanto, H. (2021). The Effect of *Brand Reputation, Brand Relationship Quality and Switching Cost To Brand Loyalty*. *International Conference on Management and Entrepreneurship (i-CoME)*, July, 1–21. <https://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/7095>
- Sugiono, S. (2020). *Konseptualisasi Reputasi Online: Sebuah Tinjauan Literatur*. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 3(1), 65–76.
<https://doi.org/10.17933/diakom.v3i1.74>
- Susilowati, S. (2021). *Manajemen Reputasi dan Pembentukan Citra PT Kimia Farma Tbk dalam Kasus Daur Ulang Alat Rapid Test Covid-19*. *Jurnal Akrab Juara*, 6(2), 222–235.
<http://akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/1468>
- SyafranHarissman. (2022). *Pengaruh citra dan reputasi Institusi Terhadap Persepsi Siswa SLTA Untuk Kuliah di ISI Padang Panjang*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3), 1512–1515.
- Tifani, B. (2023). *Tagar Tolak Danone AQUA menggema di Twitter Gara-Gara Boikot Produk Pro Israel, Kompetitor Lokal Naik Kelas*. Pitutur.Id.
<https://www.pitutur.id/nasional/1403306380/tagar-tolak-danone-AQUA-menggema-di-twitter-gara-gara-boikot-produk-pro-israel-kompetitor-lokal-naik-kelas>
- Tumanggong, W. H. B. (2022). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Reputasi Perusahaan pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019* [Universitas Atma Jaya Yogyakarta]. <https://e-journal.uajy.ac.id/27728/>
- Top Brand. (2024). *Komparasi Brand Index*.
https://www.topbrandaward.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=2&id_subkategori=432&tahun_awal=2019&tahun_akhir=2023&brand1=Ades&brand2=AQUA&brand3=Cleo&brand4=Club&brand5=LeMinerale
- Titani, A. M., & Susilowati, E. (2022). *Kepemilikan Saham Publik dan Corporate*

- Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(2), 948–963.
<https://doi.org/10.31539/jomb.v4i2.4451>
- Untung, & Suranto. (2021). *SNI Air Mineral Menjamin Keamanan Air Minum*. Info Publik. <https://infopublik.id/kategori/nasional-sosial-budaya/504400/sni-air-mineral-menjamin-keamanan-air-minum#>
- Utami, N. S., & Gischa, S. (2021). *Keuntungan dan Kerugian Adanya Perusahaan Asing di Indonesia*. Kompas.Com.
- Wrobel, S. (2023). *French dairy giant Danone leads \$3.5m investment into Israeli cultured milk startup*. The Times of Israel.
<https://www.timesofisrael.com/french-dairy-giant-danone-leads-3-5m-investment-into-israeli-cultured-milk-startup/>
- Walla. (2023). *Danone: Why did the French food giant invest in this Israeli company?* The Jerussalem Post. <https://www.jpost.com/business-and-innovation/banking-and-finance/article-743853>
- WATONI, S. (2022). *STRATEGI PARTAI POLITIK BARU DALAM MENJARING DUKUNGAN MASYARAKAT (Studi Pada Partai Solidaritas Indonesia, Partai Persatuan Indonesia, Partai ... [UNIVERSITAS PANCA MARGA]*. http://repository.upm.ac.id/id/eprint/4187%0Ahttp://repository.upm.ac.id/4187/7/BAB_IV_SOHIBUL_WATONI.pdf
- Wibowo, P., Hapsari, R. D., & Ascha, M. C. (2024). Respon Publik Terhadap Fatwa Boikot Produk Israel Oleh Majelis Ulama Indonesia. *Journal Publicuho*, 7(1), 382–395. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i1.371>
- Yonatan, A. Z. (2023). *Indonesia Jadi Negara Keempat Pengguna Instagram Terlama di Dunia*. Goodstats.Id. <https://goodstats.id/article/indonesia-jadi-negara-keempat-pengguna-instagram-terlama-di-dunia-AG3iS>
- Yulianto, I. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility “Bedah Rumah” Terhadap Citra Perseroan Terbatas Mayora Indah Terbuka [Universitas Muhammadiyah Jakarta]. In *Universitas Muhammadiyah Jakarta*. <https://repository.umj.ac.id/12655/>
- Yunengsih, S., & Syahrilfuddin, S. (2020). THE ANALYSIS OF GIVING REWARDS BY THE TEACHER IN LEARNING MATHEMATICS GRADE 5 STUDENTS OF SD NEGERI 184 PEKANBARU. *JURNAL PAJAR (Pendidikan Dan Pengajaran)*, 4(4), 715.
<https://doi.org/10.33578/pjr.v4i4.8029>
- Yusra, Z., Zulkarnain, R., & Sofino, S. (2021). Pengelolaan Lkp Pada Masa Pendmik Covid-19. *Journal Of Lifelong Learning*, 4(1), 15–22.

<https://doi.org/10.33369/joll.4.1.15-22>

Yogie Alwaton. (2023). Komunikasi Krisis Polri: Strategi Image Repair Polri Dalam Tragedi Kanjuruhan. *Translitera : Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 12(1), 1–9. <https://doi.org/10.35457/translitera.v12i1.2694>