

DAFTAR PUSTAKA

- Afika Nur, Akbar, M., & Darwis. (2024). Peran Media Sosial Dalam Manajemen Krisis: Insiden Kekerasan Pada Hewan Di Plaza Indonesia. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, 4(2), 11. <https://doi.org/10.53697/iso.v4i2.1966>
- Akbar, M. F., Laras Ati, H. D., & Sukarson, A. (2024). PERAN TIKTOK DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DI KALANGAN MILENIAL DAN GEN Z. *Jurnal Media Public Relations*.
- Akhsani, F. Y. (2024). *Strategi Komunikasi Politik Partai Gerindra di Media Sosial TikTok Menjelang Pemilihan Umum 2024* [Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/82876>
- Akhyar, D. M., & Pratiwi, A. S. (2019). Media Sosial dan Komunikasi Krisis: Pelajaran dari Industri Telekomunikasi di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi ULTIMACOMM*, 11(1), 35–52. <http://ejournals.umh.ac.id/index.php/IKOM><http://ejournals.umh.ac.id/index.php/IKOM/about>
- Al Fikri, M. I. (2023). *PENGARUH KOMUNIKASI MEDIA SOSIAL TERHADAP PERSPEKTIF PADA MEREK SAMSUNG*. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Amelia, R. (2021). PENGARUH KOMUNIKASI PELAYANAN INDIHOME PT. TELKOM TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI KOTA BANJARMASIN. *Kaganga Komunika: Journal of Communication Science*, 3(2), 130–139. <http://jurnal.uts.ac.id/index.php/KAGANGA>
- Arianto, B. (2024). *Pemasaran Media Sosial* (D. H. Sari, H. S. Kusno, D. S. Retno, & Gozali, Eds.; Vol. 1). Borneo Novelty Publishing. <https://doi.org/10.70310/cqw40j81>
- Austin, L., Liu, B. F., & Jin, Y. (2012). How Audiences Seek Out Crisis Information: Exploring the Social-Mediated Crisis Communication Model. *Journal of Applied Communication Research*, 40(2), 188–207. <https://doi.org/10.1080/00909882.2012.654498>
- Benoit, W. L. (2018). *Image Repair Theory and Corporate Reputation*. Springer.
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rajawali Pers.

- Claretta, D., Sarifudin, B., Febrianto, R., & Firmansyah, D. (2022). Analisis Strategi Humas Polrestaes Surabaya Dalam Mempertahankan Citra Kepolisian. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 2(3), 228–234. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i3.336>
- Coombs, W. T. (2007). *Protecting Organization Reputations During a Crisis: The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory*. Corporate Reputation Review.
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2010). *The Handbook of Crisis Communication*. Blackwell Publishing.
- Damira Putri, N. H. (2022). Discourse of Renewal in Government Institutions (Study of Crisis Communications on Flood Problems Facing Dki Province). *Budapest International Research and Crisis Institue Journal (BIRCI-Journal)*, 5(1), 3640–3653. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i1.4035>
- Devlin, E. S. (2007). *The Crisis Management Planning and Execution*. Auerbach Publication.
- Fadillah, H. (2022). *Eksistensi Produk Fesyen Merek Lokal Bagi UMKM Distro di Kota Palangka Raya*. Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
- Fathiyah. (2023). TikTok dan Kebebasan Bereksprei Di Ruang Digital Bagi Generasi Z. *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 166–177. <https://www.jurnal-umbuton.ac.id/index.php/Medialog/article/view/4139/2031>
- Frandsen, F., & Johansen, W. (2011). The study of internal crisis communication: Towards an integrative framework. *Corporate Communications An Intentional Journal*, 16(4), 347–361. <https://doi.org/10.1108/13563281111186977>
- Griadhi, M. H. W. (2021). Pustakawan dalam Mengantisipasi Plagiarisme. *MSIP*, 1(1).
- Hamdani, Azman, & Yanuar, D. (2022). *Komunikasi Krisis: Strategi Menjaga Reputasi bagi Organisasi Pemerintah*. Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Aceh.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Juliana Sukmana, D., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>

- Haryanto, A. T. (2025, March 10). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 212 Juta di 2025*. Detik Inet. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7816040/jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-212-juta-di-2025>
- Hasibuan, M. M. R. (2023). Analisis Pengaruh Kausal Brand Audacity dan Brand Image terhadap Sustainability Connection Antara Konsumen dengan Brand Melalui Brand Rejuvenation Sebagai Mediator. *Jurnal Ekonomi SInergi*, 7(5), 144–152.
- Hasibuan, M. R., & Irwansyah, I. (2020). Strategi Image Repair PT HM SAMPOERNA TBK pada peristiwa ‘karyawan pabrik Surabaya positif covid-19.’ *Jurnal Komunikasi*, 15(1), 1–18. <https://doi.org/10.20885/KOMUNIKASI.VOL15.ISS1.ART1>
- Herrero, A. G., & Pratt, C. B. (1996). An Integrated Symmetrical Model for Crisis-Communications Management. *Journal of Public Relations Research*, 21(1), 79–105. https://doi.org/10.1207/S1532754XJPRR0802_01
- Herwanda, B. A., & Aji, R. I. (2023). Membangun Identitas Brand Melalui Konsistensi Feeds Instagram @Bawapulang.Official. *Journal of Creative Student Research*, 1(6), 331–344. <https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i6.2958>
- Indonesia.go.id. (2024, June 3). *Industri Tekstil dan Pakaian Tumbuh Makin Positif*. Indonesia.Go.Id. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8259/industri-tekstil-dan-pakaian-tumbuh-makin-positif?lang=1>
- InfoKonsumen.com. (2023, June 27). *Portee Goods Siap Jadi Leader Brand Lokal Fast fashion di Indonesia 2027*. InfoKonsumen.Com. https://infokonsumen.com/2023/06/27/portee-goods-siap-jadi-leader-brand-lokal-fast-fashion-di-indonesia-2027/?utm_source=chatgpt.com
- Irwanti, M. (2023). *Manajemen Krisis Komunikasi (Tinjauan Teoritis dan Praktis)* (E. Jaelani, Ed.; Vol. 1). Widina Media Utama. www.freepik.com
- Islami, P. B., Rizal, E., & Mulyana, S. (2024). Strategi Pengembangan Brand Identity dalam Industri Fashion Brand HIRKA Shoes. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 12(2), 505–518. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v12i2.1211>
- Komala, R. (2022). PEMANFAATAN TEORI IMAGE RESTORATION DALAM PENELITIAN KUALITATIF DAN KUANTITATIF DI ERA TEKNOLOGI DIGITAL. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 6(2), 99–111. <https://doi.org/10.25077/RK.6.2.99-111.2022>

- Kusuma, S. (2021). *Pengaruh Crisis Responsibility terhadap Loyalitas Pelanggan Eiger Melalui Reputasi Pasca-Krisis sebagai Variabel Intervening*. Universitas Multimedia Nasional.
- Lapan, S. D., Quartaroli, M. T., & Riemer, F. J. (2011). *Qualitative Research: An Introduction to Methods and Designs*. Jossey-Bass.
- Linko, B. M. (2024). KOMUNIKASI KRISIS MEDIA SOSIAL DALAM MEMPERTAHANKAN REPUTASI TERHADAP KASUS BRAND ERSPO. *Retorika: Jurnal Komunikasi, Sosial Dan Ilmu Politik*, 1(7), 303–312.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (40th ed., Vol. 1). Remaja Rosdakarya. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=25443>
- Muhsyanur, Ramadhanti, D., Kartini, Rumalean, I., & Idman, M. (2024). PENINGKATAN PENGETAHUAN ORANG TUA SISWA SEKOLAH DASAR TENTANG KEUNTUNGAN PEMBELAJARAN BERBASIS DIGITALISASI (DALAM JARINGAN) SELAMA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Mandira Cendikia*, 3(2), 21–27. <https://journal-mandiracendikia.com/index.php/pkm>
- Musyaffa, F. D., & Ahmadi, D. (2023). Strategi Komunikasi PT. G dalam Menangani Isu Negatif di Media Sosial. *Jurnal Riset Public Relations*, 109–114. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v3i2.3116>
- Muttaqien, A. Y. (2024, August 31). *Mengenal Portee Goods, brand sepatu lokal keren dari Bandung dengan produk kualitas internasional*. Hops.Id. https://www.hops.id/unik/29413452191/mengenal-portee-goods-brand-sepatu-lokal-keren-dari-bandung-dengan-produk-kualitas-internasional?utm_source=chatgpt.com
- Pradiva Isnawan, B., & Riofita, H. (2024). Pemanfaatan Sosial Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(3), 43139–43144.
- Purwaningtyas, R. Y. (2023). *Komunikasi Krisis Organisasi Persatuan Sepakbola Seluruh Indonesia (PSSI) Fanatisme Suporter di Media Sosial Terkait Tragedi Kanjuruhan*. Universitas Media Nusantara.
- Putri, A. W. (2019). *Discourse of Renewal pada Lembaga Pemerintah (Studi Komunikasi Krisis pada Kasus Korupsi di Kementerian Pertanian)*

[Universitas Negeri Sebelas Maret].
<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/72664/Discourse-of-Renewal-pada-Lembaga-Pemerintah-Studi-Komunikasi-Krisis-pada-Kasus-Korupsi-di-Kementerian-Pertanian>

- Putri, C. P., & Arviani, H. (2024). Analisis Resepsi Mahasiswa Surabaya terhadap Konten Lina Mukherjee Makan Babi Diawali Bacaan Bismillah pada Akun TikTok @lilumukerji. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(2), 715–726. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i3.4347>
- Sarpan, A. P., Masruhan, & Hasbulloh, M. H. (2023). Konstruksionisme Sebagai Paradigma Epistemologi: Konsep dan Penerapannya Dalam Penelitian Sosial. *The Indonesian Journal of Social Studies*, 6(1), 26–37. <https://doi.org/10.26740/IJSS.V6N1.P26-37>
- Setiawan, C., Hidayat, C., & Gantina, D. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sirup Tjampolay di Pusat Oleh-oleh Cirebon. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 28(3), 317. <https://doi.org/10.30647/jip.v28i3.1760>
- Setiawan, T., Kurniawati, J., & Saputro, E. (2019). Komunikasi Krisis di Era Digital. *INTELEKTIVA: Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*.
- Soelistyo, H. (2011). *Plagiarisme: Pelanggaran Hak Cipta dan Etika*. Kanisius.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suhendra, & Pratiwi, F. S. (2024). Peran Komunikasi Digital dalam Pembentukan Opini Publik: Studi Kasus Media Sosial. *Iapa Proceedings Conference*, 293. <https://doi.org/10.30589/proceedings.2024.1059>
- Suryantoro, B., & Kusdyana, Y. (2020). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PUBLIK PADA POLITEKNIK PELAYARAN SURABAYA. *Jurnal Baruna Horizon*, 3(2), 223–229. <https://doi.org/10.52310/JBHorizon.V3I2.42>
- Sutrisno, E., Syafrizal, Ritnawati, Endah, E., Mahyuni, E. T., Soetijono, I. K., Mayasari, E., Widodo, M. L., Yuniarti, E., Ma'rief, A. A., Hernovianty, F. R., & Simarmata, J. (2024). *Plagiarisme dan Integritas Akademik*. Yayasan Kita Menulis.
- Syukron, A. F. (2021). Komunikasi Krisis Eiger dan Tantangan Perbaikan Reputasi di Era Digital. *Syntx Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(2), 1618–1631.
- The Global Statistics. (2025). *Indonesia Social Media Statistics 2025 | Most Popular Platforms*. The Global Statistics.

https://www.theglobalstatistics.com/indonesia-social-media-statistics/?utm_source=chatgpt.com

- Turisina, R., Azzahra, A., & Anggraeni, H. Y. (2024). TELAAH AWAL PENANGGULANGAN FENOMENA PLAGIARISM PADA INDUSTRI KREATIF DI INDONESIA. In *Jurnal Kajian Ilmiah Multidisipliner* (Vol. 8, Issue 6).
- Waruwu, M. (2024). Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan dan Peran di Bidang Pendidikan. *Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 5(2), 2745–9985. <https://afeksi.id/jurnal/index.php/afeksi/>
- Wekke, I. S. (2019). *Metode Penelitian Sosial*. Penerbit Gawe Buku. <https://www.researchgate.net/publication/344211045>
- Wijayanti, K. I. (2023). Penggunaan Earned Media Sebagai Metode Pemasaran Produk Kebijakan Pemerintah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital (EKOBLI)*, 2(3). <https://jurnal.smartindo.org/index.php/ekobil>
- Yuanita, D. (2021). Peran Key Opinion Leader dalam Strategi Public Relations pada Komunikasi Krisis Perusahaan. *PROfesi Humas*, 6(1), 23–44. <https://doi.org/10.24198/PRH.V6I1.29693>
- Yudistia, T. T., & Romadhona, M. (2022). Analisis Kasus Plagiarisme Merek Dagang Antara I Am Geprek Benu dan Geprek Benu. *Prosiding SNADES - Desain Kolaborasi Interdisipliner Di Era Digital*, 260–267.
- Yupi, Y., & Heryadi Putri, A. (2023). Analisis Konten Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Aplikasi Tiktok. *KOMVERSAL*, 5(1), 70–92. <https://doi.org/10.38204/komversal.v5i1.1214>
- Zulham, Febrian, W. D., Sriwati, M., Judijanto, L., Sabda, & Imanirubiarko. (2024). Peran Komunikasi Krisis dalam Mempertahankan Reputasi Merek. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 7402–7408.
- Zulham, Febrian, W. D., Sriwati, M., Sani, I., Judijanto, L., & Imanirubiarko, S. (2024). Peran Komunikasi Krisis dalam Mempertahankan Reputasi Merek. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 7402–7408.