

DAFTAR PUSTAKA

- Alfattah, M. R., & Adawiyah, S. El. (2024). *Manajemen Krisis Bank Syariah Indonesia Dalam Membentuk Citra Positif*. 2(2).
- Ali, H. D. (2024). Role of Situational Crisis Communication Theory in Telecommunication Crises: An Analysis. *Pakistan Social Sciences Review*, 8(1). [https://doi.org/10.35484/pssr.2024\(8-i\)28](https://doi.org/10.35484/pssr.2024(8-i)28)
- Alwaton, Y. (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>
- Anggriyani, B., & Ramadhan, A. J. (2023). *Strategi Penanganan Krisis dalam Kajian Corporate- Communication (Studi Kasus Manajemen Krisis Program Marsipature pada Perusahaan Tambang di Sumatra Utara)*. 4(1), 65–76.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Awalia, M. O., & Komsiah, S. (2024). Analisis Manajemen Krisis: Studi Kasus Pada Pt Indofood Indonesia Indomie. *Ikraith Humaniora*, 8(2), 488–501. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v8i2>
- Beldad, A., & Rosenstiel, L. Von. (2024). *Let those with power speak : The effects of a CEO as a spokesperson and using a video channel during a product - harm crisis and a moral - harm crisis*. September 2023. <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12503>
- Budianto, I., & Poernomo, M. I. (2025). Strategi Manajemen Krisis dalam Kampanye Politik: Studi Kasus Pilkada Kota Pemalang Berdasarkan Teori SCCT. *RETORIKA: Jurnal Komunikasi, Sosial, Dan Ilmu Politik*, 7482, 289–291.
- Darussalam, A. D., Sugiyanto, D. R., & Lubis, D. P. (2021). Analisis krisis public relations pada peristiwa tumbangnya pohon di Kebun Raya Bogor. *PROfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 5(2), 251. <https://doi.org/10.24198/prh.v5i2.29439>
- Diana, M., & Ayuningtyas, F. (2023). The Implementation of Situational Crisis Communication Theory (SCCT) through Social Media in Handling Communication Crisis at Holywings. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 10(8), 73–82.

<http://ijmmu.comhttp://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v10i8.4897>

- Hasanah, U., Azhar, A. A., & Abidi, S. (2023). Analisis Isi Video Channel Youtube Satu Persen (Studi Kasus Media Berdampak Pada Kesehatan Mental). *At-Tazakki: Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan Islam Dan Humaniora*, 7(1), 74–89.
- Intan, T., & Hartiana, P. (2024). *Pemberitaan Strategi Respon Perusahaan dalam Isu Boikot di Sosial Media*. 13(2), 165–178. <https://doi.org/10.33508/jk.v13i2.6114>
- Iskandar, I. N., Hidayat, D. R., & Priyatna, C. C. (2021). Strategi Komunikasi Krisis DPR RI Menggunakan Instagram Menghadapi Penolakan RUU Cipta Kerja. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 12(2). <https://doi.org/10.46807/aspirasi.v12i2.2413>
- Jayanto, D. D. (2025). *Moral Outrage , Sticky Crisis , dan Strategi Komunikasi Krisis Pertamina Studi Kasus Skandal Korupsi dan Pengoplosan BBM Dian Dwi Jayanto Patra Niaga , Riva Siahaan , serta sejumlah direksi anak usaha (Tempo . co , 2025). Keterlibatan yang merusak reput. 13(1), 1–21.*
- 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*. 18(2), 17–35.
- Kepno, S., Permana, N. C., Pertanian, D., Missi, L., & Republik, R. (2025). *Paradigma Konstruktivisme dalam Pendidikan Kampung : Studi Kasus Kebijakan Belis di Abenaho Papua*. 6(1), 1–17.
- Komala, R. (2022). Pemanfaatan Teori Image Restoration Dalam Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Di Era Teknologi Digital. *Jurnal Ranah Komunikasi*, 6(2), 99–111.
- Kriyantono, R. (2014). *Public Relations, Issue and Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relation, Etnografi Kritis dan Kualitatif (Edisi Kedua)*.
- Malik, A., Khan, M. L., & Quan-Haase, A. (2021). Public health agencies outreach through Instagram during the COVID-19 pandemic: Crisis and Emergency Risk Communication perspective. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 61(May), 102346. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2021.102346>
- Masngut, N., & Mohamad, E. (2021). Association between public opinion and malaysian government communication strategies about the COVID-19 crisis: Content analysis of image repair strategies in social media. *Journal of Medical Internet Research*, 23(8), 1–9. <https://doi.org/10.2196/28074>

- Mere, K. (2025). *Strategi Manajemen Krisis Komunikasi Perusahaan di Era Disinformasi Media Sosial Corporate Crisis Communication Management Strategy in the Era of Social*. 6, 1327–1335.
- Muhyiddin, A. (2020). Strategi Polri Merespon Komunikasi Krisis Setelah Muncul #PercumaLaporPolisi. *Jurnal Komunikasi Dan Organisasi*, 1(July), 1–23. www.merriamwebster.com,
- Nugraheny, D. E., & Djumena, E. (2025, February 26). *Pertamina Jelaskan soal Isu Oplosan Pertamax di Depan DPR*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2025/02/26/171348526/pertamina-jelaskan-soal-isu-oplosan-pertamax-di-depan-dpr>
- Prasetyo, J. A., & Chasana, R. R. B. (2022). *Strategi Respon Pemerintah dan PT Pertamina dalam Krisis Kenaikan Harga Bahan Bakar Minyak (BBM) tahun 2022: Analisis Situational Crisis Communication Theory*. 1–29.
- Pratama, G. I., & Amalia, D. (2024). Manajemen Reputasi Danone-Aqua dalam Pemulihan Citra Pasca Kasus Boikot Produk Berafiliasi Israel (Analisis Isi Kualitatif Konten @AquaLestari di Instagram). *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(12), 13533–13540. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i12.6408>
- Pratiwi, P. Y., & Haninda, A. R. (2022). Strategi Manajemen Krisis Public Relations Dalam Mengembalikan Kepercayaan Karyawan. *Inter Script : Journal of Creative Communication*, 3(1), 39–58. <https://doi.org/10.33376/is.v3i1.801>
- Putra, N. P. (2025, March 2). *Fakta Terungkap di Balik BBM Oplosan - News Liputan6.com*. Liputan 6 News. <https://www.liputan6.com/news/read/5937856/fakta-terungkap-di-balik-bbm-oplosan>
- Putri, N. M., & Prastowo, F. A. A. (2024). Manajemen krisis PT Pertamina Patra Niaga dalam menghadapi insiden kebakaran depot Plumpang. *Comdent: Communication Student Journal*, 1(2), 406–420. <https://doi.org/10.24198/comdent.v1i2.54302>
- Qomaruddin, & Sa'diyah, H. (2024). *Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman*. 1(2), 77–84.
- Rachmawati, F. (2023). *Strategi Humas Pemerintah dalam Pengelolaan Manajemen Isu Era Post Truth*. 11(1), 114–127.
- Reynaldin, A., & Saputra, S. (2023). *Komunikasi Krisis PT Astra Honda Motor pada Kasus Patahnya Rangka ESAF*. 4(1), 165–176.

- Riyadi, Cangara, H., & Sultan, M. I. (2025). *Strategi Komunikasi Krisis dalam Menangani Kontroversi Es Teh Indonesia di Era Digital*. 6(7), 1908–1920.
- Salim, M. P. (2024, September 25). *Tragedi Pertamina Plumpang Kebakaran: Kronologi, Dampak, dan Pembelajaran*. Liputan 6. <https://www.liputan6.com/hot/read/5710780/tragedi-pertamina-plumpang-kebakaran-kronologi-dampak-dan-pembelajaran?page=2>
- Salsabila, S., Sumarni, L., Suryaningsih, D., & Rahmat, V. A. (2025). *Komunikasi Krisis Zara Dalam Menangani Krisis Kampanye ‘The Jacket.’*
- Sandi, F. (2023, January 1). *Salah Satu Keputusan Berat Jokowi di 2022, Naikkan Harga BBM*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20230101095550-4-401827/salah-satu-keputusan-berat-jokowi-di-2022-naikkan-harga-bbm>
- Saputra, F. B., Syalsabila, A., Fadhillah, Y., & Firmansyah, R. (2023). Peran Sosial Media Instagram Sebagai Media Komunikasi Bisnis Dalam Peningkatan Penjualan Perusahaan Mangkok Manis. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 1(3), 66–77. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v1i3.199>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Sutawijaya, A. A. (2022). Strategi Komunikasi Krisis Di Media Sosial Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, 10(1), 13–26. <https://doi.org/10.33592/dk.v10i1.2550>
- Suwandi, S. (2023). Manajemen Krisis Terkini: Strategi Adaptif Dalam Menghadapi Bencana Dan Tantangan Mendadak. *Jurnal Darma Agung*, 31(3), 473. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v31i3.3490>
- Trading View. (2025, April 6). *Chart dan Harga Saham PGEO — IDX:PGEO — TradingView*. <https://id.tradingview.com/symbols/IDX-PGEO/>
- Tresia, T., Yanto, Y., & Risdiyanto, B. (2024). Analisis Konten Edukasi Kesehatan Mental Di Instagram (Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Instagram @StudiDjiwa). *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 3(3), 217–222. <https://doi.org/10.37676/mude.v3i3.6450>
- We Are Social. (2025, February). *Digital 2025 - We Are Social Indonesia*. We Are

Social. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>

- Yuanita, D. (2021). Peran key opinion leader dalam strategi public relations pada komunikasi krisis perusahaan. *PROfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(1), 23. <https://doi.org/10.24198/prh.v6i1.29693>
- Yunita, S., & Kurniasari, N. G. A. K. (2021). Peran Departemen Public Relations PT Gramedia Asri Media Dalam Menjaga Hubungan Baik Dengan Pelanggan di Masa Krisis Pandemi Covid-19. *Pantarei*, 1–11.
- Zebua, W. D. A., Utari, S. A., & Djuwardie, D. T. (2021). Komunikasi Krisis Grab Indonesia pada Kasus Kecelakaan Grabwheels dalam Menjaga Citra Perusahaan. *Communicator Sphere*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.55397/cps.v1i1.4>
- Zuya, D. F., Rindiani, M., Rapida, S., & Nurbaiti. (2025). Menghadapi Badai Digital : Studi Eksploratif Tentang Peran Big Data dalam Komunikasi Krisis. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(3), 284–302. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v3i3.1884>