

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A. Z., Sadjjo, P., & Nurmiarani, M. (2024). *Transformasi Media Sosial dalam Praktik Public Relations (Tinjauan Literatur)*. 2(4), 251–260.
- Abdurrazzaq, M. S. (2024). Peran Media Sosial Terhadap Manajemen Krisis Public Relations “PT Indonesia Bakery Family” Pada Roti Aoka. *Medium*, 12(2), 139–151.
- Alya, A. R. (2025). *Optimalisasi Layanan Transportasi Publik Melalui Pendekatan Analisis SWOT Pada PT Kereta Api Indonesia (KAI)*. 4(4), 156–173.
- Amalia, D., Febrianita, R., & Kusnarto. (2022). *Crisis Management of Covid-19 Cluster through Social Media Contents Analysis at @ Inside Sampoerna*. 672(Imc 2021), 110–121.
- Arindra, F. (2024). *The Situational Crisis Communication Theory : Studi Literatur*.
- Babatunde, K. A. (2022). *Public Relations and Social Media for Effective Crisis Communication Management*. 14, 543–553.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21787/jbp.14.2022.543-553>
- Citrawijaya, O. R., Susanto, B. K., & Amalia, D. A. (2024). The Role of Communication Strategies in Crisis Management : A Comparative Analysis Across Industries. *The Journal of Academic Science*, 1(6), 748–761.
<https://doi.org/https://doi.org/10.59613/cej49p88>
- Coombs, W. T. (2007). *Protecting Organization Reputations During a Crisis : The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory*. 10(3), 163–176. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550049>
- Dwi Wulandari, N., & Suriana, I. W. (2022). Penerapan Strategi Komunikasi Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan. *J-Dinamika : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 152–162.
<https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v7i1.2787>
- Fadli, M., Priatna, W. B., & Marithasari, H. (2025). *Strategi Komunikasi Organisasi dalam Pengelolaan Program Off-Air “ Damai Indonesiaku Festival Ramadhan ” tvOne*. 4(5), 706–716.
<https://doi.org/https://doi.org/10.56799/jceki.v4i5.9536>

- Febriandy, R. K., & Wahyutama. (2024). Kebocoran Data PDNS Analisis Strategi Komunikasi Krisis Pemerintah Berdasarkan Image Repair Theory. *Jurnal Communicology*, 12(2), 325–341.
- Goeritman, H. I. N. (2021). Komunikasi Krisis Pemerintah Indonesia di Masa Pandemi Covid-19 melalui Media Sosial. *Jurnal IPTEK-KOM*, 23(1), 1–19. <https://doi.org/https://doi.org/10.17933/iptekkom.23.1.2021.1%20-%2019>
- Imaduddin, W., & Amalia, D. (2022). Manajemen Krisis PT Vidio Dot Com Pada Tayangan Piala Dunia 2022 Qatar. *Jurnal Nusantara*, 1–11.
- Indonesia, R. (2007). Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2007 tentang Perkeretaapian. *Jakarta: Sekretariat Negara*, 1.
- Irwanto, & Cangara, H. (2024). *Pemanfaatan Platform Media Sosial Dalam Merespon Krisis Komunikasi: Strategi Public Relations PT. PLN Pada Kasus Pemadaman Listrik Sulawesi Selatan*. 6(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.38012/jb.v6i1.1209>
- 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>
- Kepno, S., & Permana, N. C. (2025). *Paradigma Konstruktivisme dalam Pendidikan Kampung : Studi Kasus Kebijakan Belis di Abenaho Papua*. 6(1), 1–17.
- Kim, C. C. (2023). Pemanfaatan Konten Instagram Untuk Membangun Customer Engagement Dalam UMKM Indonesia. *Jurnal Strategi Desain Inovasi Sosial*, 4(2), 144–149. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.37312/jsdis.v4i2.6938>
- Kumalasari, A., Musa, H. G., Garad, A., Emovwodo, S. O., & Aditasari, K. (2024). *How Digital Communication Transparency and Public Trust Shape Crisis Communication through Public Engagement*. 16(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.18196/jkm.24485>
- Kuswati, Y., Kusmayadi, D., & Pratomo, H. W. (2025). *Maintaining Public Trust and Reputation in the Digital Age*. 6(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.56371/ijess.v6i1.432>

- Lan, Y. (2022). New Dilemma that Social Media Poses for Crisis Communication. *Journal of Humanities and Social Sciences Studies*, 1989, 268–271. <https://doi.org/10.32996/jhsss>
- Mandasari, N. F., Radjab, E., Ashdaq, M., & Nadir, M. (2022). Building Loyalty Through Education On Passenger Trust In Low Cost Airlines Indonesia, The Role Of Service Quality And Passenger Satisfaction. *Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Agama*, 14(2), 1025–1040. <https://doi.org/10.37680/qalamuna.v14i2.3789>
- Martini, R., & Elsitra, G. N. (2022). *Kajian Kritis Komunikasi Krisis : Belajar dari Kerumitan Komunikasi Pemerintah Menghadapi Pandemi Covid-19*. 13(1), 149–166. <https://doi.org/10.14710/politika.13.1.2022.149-166>
- Mele, E., Filieri, R., & Carlo, M. De. (2023). Pictures Of A Crisis . Destination Marketing Organizations’ Instagram Communication Before And During A Global Health Crisis. *Journal of Business Research*, 163(December 2021), 113931. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113931>
- NapoleonCat. (2025). *Instagram Users In Indonesia*. <https://stats.napoleoncat.com/social-media-users-in-indonesia/2025/12/>
- Nasution, K. M., & Hidayat, T. W. (2025). Studi Literatur Perbandingan Komunikasi dan Hubungan Masyarakat: Transformasi Era Awal Digital Hingga Sekarang (1990 – 2024). *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Ilmu Komunikasi*, 7(2), 165–171. <https://doi.org/10.31289/jipikom.v7i2.6042>
- Noventa, C., Soraya, I., & Muntazah, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram BuddyKu Sebagai Sarana Informasi Terkini. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(3), 626–635. <https://doi.org/https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1124>
- Nurhidayah, H. D., Misidawati, D. N., & Mifa, A. (2025). Strategi Public Relations di Era Digital. *Journal Social Society*, 5(1), 141–152.
- Oktavian, B. D. (2025). Analisis Framing dalam Postingan TikTok Adziqa Ammara. *Jurnal Mahasiswa Sosial Humaniora*, 2(1), 93–106.
- Pahlevi, M. R., & Swarnawati, A. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam*

- Meningkatkan Kepercayaan Konsumen pada PT Albis Nusa Wisata di Jakarta.* 2(4), 294–306.
<https://doi.org/https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i4.1322>
- Pangestu, S. D. (2023). *Implementasi Mitigasi Bencana Alam Berbasis Masyarakat Melalui Kampung Siaga Bencana Di Desa Cihanjuang Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang.* 6(1), 192–201.
<https://doi.org/10.24198/focus.v6i1.47267>
- Pinandhita, G. P., & Saputro, E. P. N. (2023). Strategi Komunikasi Krisis Humas Kementerian Perdagangan Pada Kasus Kenaikan Harga Minyak Goreng Tahun 2022. *Lektur : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(3), 307–315.
- 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). *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(5), 13533–13540.
<https://doi.org/https://doi.org/10.54371/jiip.v7i12.6408>
- Pratiwi, P. Y., & Haninda, A. R. (2021). Strategi Manajemen Krisis Public Relations Dalam Mengembalikan Kepercayaan Karyawan. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 3(1), 39–58.
- Priyono, B., & Rizki, M. (2025). *Strategi Pengambilan Keputusan melalui Komunikasi Efektif pada Organisasi Publik.* 3(4), 5184–5189.
- Qomaruddin, & Sa'diyah, H. (2024). Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting and Administration*, 1(2), 77–84.
<https://doi.org/https://doi.org/10.52620/jomaa.v1i2.93>
- Rahman, A. (2026). *Strategi Transformasi PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Meningkatkan Daya Saing dan Kualitas Layanan Publik.* 11(4), 3708–3725.
- Rahmawati, T. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Organisasi Nonprofit dalam Sosialisasi Perubahan Visi dan Misi Organisasi. *Jurnal Al Azhar Indonesia*, 5.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36722/jaiss.v5i1.2693> e-ISSN:
- Sari, M., Chandra, J., & Machfud. (2025). *Pengaruh Media Sosial terhadap*

- Komunikasi Organisasi : Studi Kasus pada Manajemen Krisis*. 8(1), 660–669.
<https://doi.org/10.56338/jks.v8i1.6972>
- Selaković, M. (2025). Government Crisis Communications and Business Crisis Response during 2024 Dubai Floods. *European Journal of Interdisciplinary Studies*, 17(2), 23–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.24818/ejis.2025.11>
- Stevani, A. (2025). *Strategi Komunikasi Krisis : Respons Perusahaan Terhadap Skandal Personal Brand Ambassador*. 8(1), 64–76.
- Uddin, B., Maharani, A. Z., Wafa, K., & Baren, A. (2024). Pemanfaatan Fitur Instagram untuk Efektivitas Komunikasi. *Jurnal Nasional Komputasi Dan Teknologi Informasi*, 7(6), 1505–1510.
- Wardiman, I. G., & Amanah, S. (2022). *Manajemen Krisis: Komunikasi Krisis Dalam Public Relations Pada Bank Indonesia*. 11(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.34308/eqien.v11i1.691>
- Widyastuti, T. U., Astuti, P., Adawiyah, R., Oktaoufy, F., & Haikal, M. F. (2024). *Ditengah Krisis : Manajemen Komunikasi Public Relation Menangani Situasi Darurat*. 3(04), 503–510.
- Wijaya, F. R., Lubis, F. A., Siregar, M. N., & Batubara, A. A. (2025). Sumber Data, Subjek Penelitian, dan Isu Terkait. *Jurnal Edukatif*, 3(2), 271–276.
- Yulianti, W., & Boer, R. F. (2021). *Manajemen Krisis Public Relations Dalam Menangani Penolakan Imunisasi Measles Rubella*. 4(2), 290–311.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24198/prh.v4i2.23700>
- Zaiza, A. (2020). *Analisis Efektivitas Komunikasi Krisis PT A: Studi Kasus Sangkaan Pengambilan Air Tanah Secara Ilegal*. 1(1), 20–36.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37535/103001120202>