



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**RESPON PUBLIK TERHADAP HARIAN DISWAY
SEBAGAI MEDIA ALTERNATIF
PADA INSTAGRAM**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan
Ampel Surabaya, Guna Memenuhi Salah Satu
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

Nabila Layla Rahma

NIM. 04040522128

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
JURUSAN KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2025**

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nabila Layla Rahma

NIM : 04040522128

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sungguh – sungguh bahwa skripsi berjudul “Respon Publik Terhadap Harian Disway Sebagai Media Alternatif Pada Instagram” sepenuhnya merupakan hasil karya saya sendiri. Segala bagian yang berasal dari pemikiran, tulisan, atau karya pihak lain telah tercantum dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar dan terdapat pelanggaran terkait keaslian karya ilmiah ini, saya bersedia menerima konsekuensi akademik, termasuk pencabutan skripsi maupun gelar yang diperoleh melalui penyusunan skripsi ini.

Surabaya, 12 Desember 2025



Nabila Layla Rahma

NIM. 04040522128

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Nabila Layla Rahma

NIM : 04040522128

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Respon Publik Terhadap Harian Disway Sebagai Media
Alternatif Pada Instagram

Skripsi ini telah di periksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 12 Desember 2025
Menyetujui,
Dosen Pembimbing



Advan Navis Zubaidi, S.ST, M.Si
NIP. 198311182009011006

PENGESAHAN TIM PENGUJI

RESPON PUBLIK TERHADAP HARIAN DISWAY SEBAGAI MEDIA ALTERNATIF PADA INSTAGRAM

SKRIPSI

Disusun Oleh:

Nabila Layla Rahma

NIM. 04040522128

Telah diuji dan dinyatakan lulus ujian Sarjana Strata Satu

Pada tanggal 29 Desember 2025

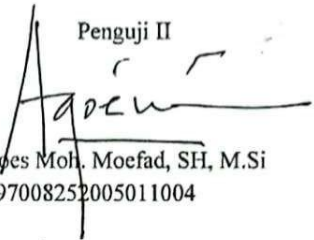
Penguji I



Advan Navis Zubaidi, S.ST, M.Si

NIP. 198311182009011006

Penguji II



Dr. Agdes Moh. Moefad, SH, M.Si

NIP. 197008252005011004

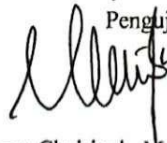
Penguji III



Prof. Dr. H. Aswadi, M.Ag

NIP. 196004121994031001

Penguji IV



Ummy Chairiyah, M.I.Kom

NIP. 199110132020122021



Surabaya,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,

Dr. Muchlisin, M.Pd, S.Ag., M.Fil.I

NIP. 197001171998031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nabila Layla Rahma
NIM : 09090522128
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan komunikasi / Ilmu Komunikasi
E-mail address : 18nabila.rahma@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Respon Publik Terhadap Harian Disway Sebagai Media alternatif
pada Instagram.

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 09 Januari 2025

Penulis

(Nabila Layla Rahma)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Nabila Layla Rahma. NIM 04040522128. Respon Publik Terhadap Harian Disway Sebagai Media Alternatif Pada Instagram.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara komprehensif bagaimana respon publik terhadap Harian Disway sebagai media alternatif pada platform Instagram melalui empat indikator utama, yakni pemahaman pesan, posisi resepsi (*dominant, negotiated, oppositional*), persepsi, dan keterlibatan audiens.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel yang diuji memberikan pengaruh signifikan terhadap respon publik terhadap Harian Disway. Variabel pemahaman pesan memiliki nilai t-hitung sebesar 2.042 yang lebih tinggi dari t-tabel 1.660 dengan nilai signifikansi 0.000, sehingga pemahaman pesan dinyatakan berpengaruh signifikan secara parsial. Variabel posisi resepsi memberikan kontribusi paling dominan dengan t-hitung $5.359 > 1.660$ dan signifikansi 0.000, menandakan bahwa cara audiens menempatkan diri dalam posisi *dominant, negotiated*, atau *oppositional* sangat menentukan cara mereka merespons konten. Persepsi audiens juga menunjukkan pengaruh signifikan dengan nilai t-hitung $3.621 > 1.660$ dan signifikansi 0.000, yang berarti bahwa kualitas dan kredibilitas informasi memainkan peran penting dalam membentuk sikap audiens. Sementara itu, variabel keterlibatan audiens memiliki nilai t-hitung $3.987 > 1.660$ dengan signifikansi 0.000. Secara simultan, keempat variabel memberikan pengaruh signifikan dengan F-hitung $93.418 > 2.69$ dan signifikansi 0.000. Nilai R Square sebesar 0.745 menunjukkan bahwa 74,5% variasi respon publik terhadap Harian Disway dapat dijelaskan oleh model penelitian, sedangkan 25,5% sisanya dipengaruhi faktor eksternal seperti kualitas visual, isu aktual, atau strategi komunikasi digital lainnya.

Kata kunci: Respon Publik, Harian Disway, Instagram

ABSTRACT

Nabila Layla Rahma. NIM 04040522128. *Publik response to the daily disway as an alternative media on Instagram.*

This study aims to comprehensively examine how the public's response to Daily Disway as an alternative media on the Instagram platform through four main indicators, namely message understanding, reception position (dominant, negotiated, oppositional), perception, and audience involvement.

The results of the study showed that all variables tested had a significant influence on the public's response to the Daily Disway. The message comprehension variable has a t-count value of 2,042 which is higher than the t-table of 1,660 with a significance value of 0.000, so that message comprehension is declared to have a partial significant effect. The reception position variable made the most dominant contribution with a t-count of 5,359 > 1,660 and a significance of 0.000, indicating that the way the audience placed themselves in a dominant, negotiated, or oppositional position greatly determines how they respond to content. Audience perception also showed significant influence with a t-count value of 3,621 > 1,660 and a significance of 0,000, which means that the quality and credibility of information play an important role in shaping audience attitudes. Meanwhile, the audience engagement variable had a t-count value of 3,987 > 1,660 with a significance of 0.000. Simultaneously, the four variables exerted a significant influence with F-count 93,418 > 2.69 and significance 0.000. The R Square value of 0.745 indicates that 74.5% of the variation in public response to Daily Disway can be explained by the research model, while the remaining 25.5% is influenced by external factors such as visual quality, actual issues, or other digital communication strategies.

Keywords: Public Response, Daily Disway, Instagram

الملخص

يهدف هذا البحث إلى دراسة كيفية تشكّل استجابة الجمهور تجاه صحيفة ديسواي بوصفها وسيلة إعلامية بديلة تُنشر عبر منصة إنستغرام. وقد سعى الباحث إلى تحقيق هذا الهدف من خلال تحليل أربعة مؤشرات رئيسية تُعد أساسية في فهم ديناميات التفاعل داخل الفضاء الرقمي، وهي: فهم الرسالة، وموقع التلقي بأنواعه المهيمن والمتفاوض والمعارض وإدراك الجمهور، وكذلك مستوى تفاعلهم مع المحتوى المعروض. وبطمح هذا البحث إلى تقديم رؤية شاملة حول الكيفية التي يبني من خلالها المتابعون مواقفهم وتقييماتهم وسلوكياتهم استناداً إلى طبيعة الرسائل الإعلامية التي يتعرضون لها.

ويمثل هذا البحث استجابة مباشرة للتحوّلات الكبرى في أنماط استهلاك المعلومات في العصر الرقمي، حيث أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي مثل إنستغرام فضاءً مفتوحاً لبناء المعنى والتأثير في الوعي الجمعي. ومن خلال تركيزه على صحيفة ديسواي، يسعى هذا البحث إلى فهم كيفية إعادة إنتاج الرسالة الإعلامية بصيغتها الرقمية، وكيف يؤثر أسلوب عرضها وبنيتها وسباق نشرها في تشكيل استجابة الجمهور. ويبرز هذا الجانب أهمية التحليل البنيوي للرسالة الإعلامية في ظل بيئة اتصالية تتسم بالسرعة والتغير المستمر.

كما يتناول هذا البحث العلاقة بين التجربة الإعلامية للمستخدمين وقدرتهم على تفسير الرسائل والتفاعل معها عبر المنصات الرقمية. فاستجابة الجمهور لا تُبنى فقط على مضمون المعلومات، بل تتأثر كذلك بخلفياتهم المعرفية، وقيمهم الشخصية، وأنماط تفاعلهم مع الوسائط الرقمية. ولهذا، يمثل تحليل هذه

المؤشرات ضرورة لفهم كيفية تشكّل المعنى داخل البيئة الرقمية، والكشف عن العوامل التي تُعزّز أو تُضعف استجابة الجمهور تجاه محتوى صحيفة ديسواي وبذلك يسهم هذا البحث في توضيح آليات تكوين الرأي العام في بيئة الاتصال الرقمية المعاصرة.

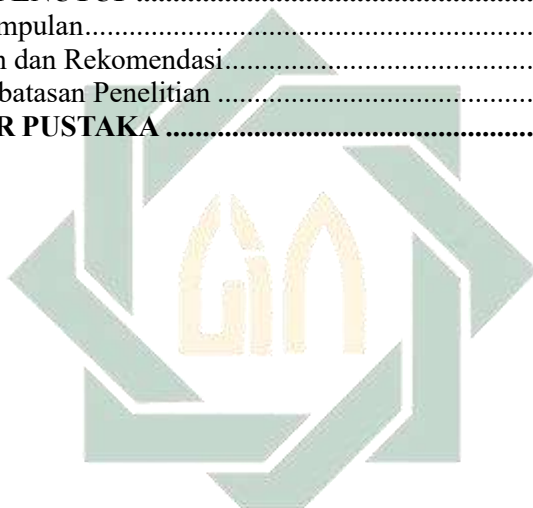


UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iii
MOTTO DAN PEMBAHASAN.....	iv
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
المخلص.....	viii
PEDOMAN PENULISAN TRANSLITERASI.....	Kesalahan!
Bookmark tidak ditentukan.	
KATA PENGANTAR....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Definisi Operasional	8
F. Hipotesis Penelitian.....	22
G. Sistematika Pembahasan	23
BAB II KAJIAN TEORETIK.....	25
A. Landasan Teori	25
B. Kajian Persepektif Dakwah Islam.....	35
C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	44
B. Lokasi Penelitian	44
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	44
D. Teknik Pengumpulan Data	46
E. Teknik Validitas Instrumen Penelitian.....	47
F. Teknik Analisis Data.....	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
B. Penyajian Data	57
C. Pengujian Hipotesis	77
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	81
BAB V PENUTUP	98
A. Kesimpulan.....	98
B. Saran dan Rekomendasi.....	98
C. Keterbatasan Penelitian	98
DAFTAR PUSTAKA	100



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert	46
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner	57
Tabel 4.2 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.3 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4.4 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	59
Tabel 4.5 Hasil Deskripsi Responden Berdasarkan Respon Publik Melalui Pemahaman Pesan Terhadap Harian Disway	59
Tabel 4.6 Hasil Deskripsi Responden Berdasarkan Respon Publik Melalui Posisi Resepsi (<i>Dominant, negotiated, oppositional</i>) Terhadap Harian Disway	61
Tabel 4.7 Hasil Deskripsi Responden Berdasarkan Respon Publik Melalui Persepsi Terhadap Harian Disway Sebagai Media Alternatif	64
Tabel 4.8 Hasil Deskripsi Responden Berdasarkan Respon Publik Melalui Keterlibatan Audiens di Instagram Terhadap Harian Disway	67
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Respon Publik Melalui Pemahaman Melalui Pemahaman Pesan Terhadap Harian Disway	70
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Respon Publik Melalui Pemahaman Melalui Pemahaman Pesan Terhadap Harian Disway	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Respon Publik Melalui Posisi Resepsi (<i>Dominant, negotiated, oppositional</i>) Terhadap Harian Disway	72
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Respon Publik Melalui Persepsi Terhadap Harian Disway	72
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Respon Publik Melalui Keterlibatan Audiens Terhadap Harian Disway	73
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas	75

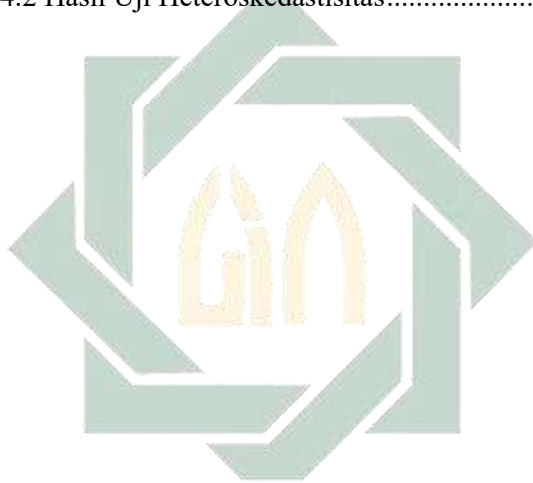
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas	75
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
Tabel 4.18 Hasil Uji t (Parsial).....	78
Tabel 4.19 Hasil Uji F (Simultan)	80
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	81



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pandangan Publik Terhadap Instagram	3
Gambar 2.1 Kerangka Teoritik	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Harian Disway	54
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	76



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Riset Penelitian Universitas.....	103
Lampiran 2. Hasil Kuesioner Penelitian.....	104
Lampiran 3. Identitas Responden.....	111
Lampiran 4. Data Tabulasi Kuesioner.....	119
Lampiran 5. Hasil Olahan Data SPSS.....	131
Lampiran 6. Hasil R Tabel.....	142
Lampiran 7. Hasil T Tabel.....	146
Lampiran 8. Hasil F Tabel.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 9. Hasil Observasi Peneliti.....	154
Lampiran 10. Biografi Peneliti.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Lampiran 11. Hasil Surat Riset Balasan.....	154

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Kaimala Zuarni, Asep Soegiarto, Hubungan Masyarakat, and Universitas Negeri Jakarta. "PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI Media Online Yang Dapat Digunakan Oleh Pengguna Nya Dengan Berbagai Aktivitas Seperti Joining , Sharing , Dan Atau Isi Dari Media Sosial Mereka Pada Dianggap Sebagai Media Online Yang Dapat Mengubah Komunikasi" 12, no. 2 (2021).
- Amelia, Vira, Amalia Nurul Muthmainnah, and Mohammad Insan Romadhan. "Strategi Pengelolaan Konten Berita Harian.Disway.Id Dalam Menghadapi Persaingan Media Online." *Warta ISKI* 6, no. 2 (2023): 132–42. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v6i2.247>.
- Al-Qur'an. (2021). Al-Qur'an Digital Kementerian Agama Republik Indonesia. Kementerian Agama RI. <https://quran.kemenag.go.id>
- Aripai, Reski, and Mifda Hilmiyah. "Respons Audiens Terhadap Isu-Isu Kontroversial Pada Akun Instagram Pinrang _ Info Abstrak" 6, no. 2 (2025): 1073–82.
- Artis. "Strategi Komunikasi Public Relations." *Sosial Budaya* 8, no. 02 (2021): 184–97. <https://books.google.co.id/books?id=krbWDgAAQBAJ&lpg=PR6&dq=komunikasi&lr&pg=PR1#v=onepage&q=komunikasi&f=true>.
- Asri, Magdalena. "Produksi Konten Islami Dalam Strategi Engagement Melalui Media Online Harian Disway Iskan . Di Tengah Persaingan Yang Ketat , Harian Disway Menawarkan Peluang Kerja Yang Kenamaan Indonesia Dahlan Iskan . Di Tengah Persaingan Yang Ketat , Harian Disway," no. 3 (2024): 53–65.
- Dwiyanti, Afina, M Ridwan Syahputra, and Doan Widhiandono. "Persepsi Mahasiswa Terkait Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Saluran Penyebaran Berita Politik Di Harian Disway." *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi (e-ISSN: 2807-6818)* 4, no. 02 (2024): 21–30.

- <https://doi.org/10.69957/relasi.v4i02.1583>.
- Firmansyah, Hasnu Dani, Thirza Renanda Putri Tandiallo, and Doan Widhiandono. "Penerapan News Value Pada Penentuan Konten Instagram Harian Disway." *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi (e-ISSN: 2807-6818)* 4, no. 02 (2024): 14–20. <https://doi.org/10.69957/relasi.v4i02.1582>.
- Harsyeno, Ade. "Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram Terhadap Respons Masyarakat Pengguna Layanan Informasi Direktorat Jenderal Pajak" 5, no. 2 (2023): 121–32.
- Ibrahim, Muhammad Ilham. "MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PENYEBARAN BERITA TRENDING HARIAN DISWAY DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE." *Jurnal Penelitian Komunikasi* 03, no. 04 (2023): 167–86.
- Mamahit, Julio Eliezer, and Aprilianti Pratiwi. "INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA ALTERNATIF DALAM KONFLIK AGRARIA (STUDI KASUS PADA AKUN INSTAGRAM @ FORUMPANCORANBERSATU)." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 1 (2022): 191–200.
- Nirmala, Desi Rifda. "Peran Konten Kreatif Dalam Membangun Branding PT Rumah Berita Harian Disway Di Media Sosial Instagram @harian.Disway." *KONEKSI: Konferensi Media Dan Komunikasi* 1, no. 7 (2024): 10–19.
- Nugraha, Rizki Nurul, Aulia Ananda, and Mudhiâ€™ah Zuhdiyyah Djandri. "Peran *Reception* Dalam Memberikan Pelayanan Prima Kepada Pengunjung Hotel Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk." *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel* 6, no. 1 (2022): 283. <https://doi.org/10.37484/jmph.060128>.
- Nur, Achmad, Syamsi Romadhoni, Reka Nursy Aisyah, Program Studi, and Ilmu Komunikasi. "Fenomena Viral Terhadap Engagement Pemberitaan Instagram: Analisis Isi Pada Media Instagram Harian Disway" 9, no. 8 (2025).
- Nur, Delia, and Rochma Isnaini. "Analisis Strategi Branding Melalui Konten Kreatif Di Media Sosial Tiktok @ Azawear." *PROSIDING KONFERENSI MEDIA DAN KOMUNIKASI*, 2020.

- Nur, Emilsyah. “Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online the Role of Mass Media in Facing Online Media Attacks.” *MAJALAH SEMI ILMIAH POPULER KOMUIKASI MASSA* Section 2, no. 1 (2021): 51–64.
- Oktafia, Bhella, Suriyanto Putri, Fajar Apriani, Santi Rande, and Latar Belakang. “Respon Masyarakat Terhadap Sistem Pelayanan Umum Terpadu (Siput) Berbasis Online Pada Bidang Kependudukan Di Bontang Barat.” *EJournal Administrasi Negara* 8, no. 1 (2020): 9616–30.
- Pratiwi, Pebri Yanti, and Ayu Rahma Haninda. “Strategi Manajemen Krisis Public Relations Dalam Mengembalikan Kepercayaan Karyawan.” *Inter Script : Journal of Creative Communication* 3, no. 1 (2022): 39–58. <https://doi.org/10.33376/is.v3i1.801>.
- Pricilia, Maria, Rahmawati Nahas, and Ahmad Junaidi. “Partisipasi Publik Pada Postingan Instagram @ Narasinewsroom Terkait UU Ciptaker,” 2024, 254–64.
- Prihanum, Aiva. “Analisis Sentimen Tanggapan Publik Di Media Sosial Instagram Terhadap Program CSR ‘ Esg Existance (EXIST)’ PT Telkom” 5, no. 4 (2024).
- Purwaningsih, Diah Ayu. “Respons Netizen Terhadap Caption Publik Figur Di Instagram,” 2020, 213–25.
- Rahmah, Alvia, and Annio Indah Lestari Nasution. “Pengelolaan Krisis Informasi Dan Media Di Humas Sekretariat Dprd Kota Medan.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK&BI)* 7, no. 2 (2024): 179. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v7i2.1759>.
- Saleh, Rahmita, and Akbar Abu Thalib. “Penelitian Komunikasi Krisis Di Awal Pandemi Covid-19 Di Indonesia: Sebuah Studi Literatur.” *Jurnal Komunikasi* 14, no. 2 (2021). <https://doi.org/10.47354/jku.v14i2.351>.
- Salsabillah, Indah, Tatik Yuniarti, Fakultas Komunikasi, Media Informasi, and Pengelolaan Media Sosial. “PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @ INFOBEKASI SEBAGAI MEDIA INFORMASI” 1, no. 2 (2023): 90–99.
- Sari, Mena, Julian Chandra, and Machfud Machfud. “Pengaruh

- Media Sosial Terhadap Komunikasi Organisasi : Studi Kasus Pada Manajemen Krisis.” *Jurnal Kolaboratif Sains*, 8, no. 1 (2025): 660–69. <https://doi.org/10.56338/jks.v8i1.6972>.
- Sari, Novita, and Yanda Bara Kusuma. “EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI ALAT KOMUNIKASI INFORMASI PUBLIK PT PLN” 6, no. 1 (2024): 1–5.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D / Sugiyono. Cetakan Ke-3*. Bandung: Alfabeta, 2021.
- Sujarweni. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 2018.
- TGA, Titis Gandariani. “Respons Dan Tindakan Komunikasi Strategis Startup Untuk Mengelola Komentar Negatif.” *Jurnal Komunikasi & Media Digital* 2, no. 1 (2024): 27–42. <https://doi.org/10.70611/jkmd.v2i1.28>.
- Utami, Luh Yuni Sri, and Firman Sinaga. “Peranan *Receptionist* Dalam Meningkatkan Pelayanan Tamu Di Front Office Department.” *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis* 2, no. 8 (2023): 1874–78. <https://doi.org/10.22334/paris.v2i8.512>.
- Yusuf, Faidah, Hardianto Rahman, Sitti Rahmi, and Angri Lismayani. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, Dan Dokumentasi: Pendidikan Di Majelis Taklim Annur Sejahtera.” *JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 2 (2023): 1–8.
- Zulham, Wenny Desty Febrian, Meny Sriwati, Loso Judijanto, Sabda, and Imanirubiarko. “Peran Komunikasi Krisis Dalam Mempertahankan Reputasi Merek.” *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran* 7, no. 3 (2024): 7402–8.