

- Aaseby, C. (2015). Crisis Communication on Social Media: A content Analysis of Fast-Fashion Companies Response to The Rana Plaza Factory Collapse and The Subsequent Reaction of Stakeholders. *Copenhagen Business School*.
- Akhyar, D. M. & Pratiwi, A. S. (2019). Media Sosial dan Komunikasi Krisis: Pelajaran dari Industri Telekomunikasi di Indonesia. *Jurnal Ultima Comm*, 11(1), 35-52.
- Arfahsita, A. S., Handayani, M., Ladybo, N. J. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dalam Penanggulangan Pra-Krisis Kasus di Media Sosial Terhadap Citra PT KCI. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 18(1), 1-9.
- Argenti, P. A. (2009). *Corporate Communication, Fifth Edition*. New York: McGraw Hill.
- Argenti, P.A. & Barnes, C.M. (2009). *Digital Strategies for Powerful Communications*. New York: McGraw Hill.
- Arief, N. N., & Saputra, M.A.A. (2019). Kompetensi Baru Public Relations (PR) pada Era Artificial Intelligence. *Asosiasi Prakarsa Indonesia Cerdas (APIC)*, 2(1), 1-12. Diakses dari <https://apic.id/jurnal/index.php/jsc/article/view/19/19>.
- Arikunto. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Sagung Seto.
- Astuti, E.R.W. (2015). Fungsi dan Peran Corporate Communication dalam Upaya Meningkatkan Citra Perusahaan. Repository: Unair. Diakses dari <https://repository.unair.ac.id/28757/22/4.%20BAB%20I.pdf>.
- Austin, L. Liu, B.F. & Jin, Y. (2012) How Audience 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>
- Bafadhal, O.M. (2017). Komunikasi Ritual Penggunaan Aplikasi WhatsApp: Studi Konsumsi Berita Lewat Group WhatsApp. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 6(1), 49-56. Diakses dari <https://doi.org/10.7454/jki.v6il.8628>.
- Bafadhal. (2020). Memetakan Pesan Hoaks Berita Covid-19 Di Indonesia Lintas Kategori, Sumber, dan Jenis Disinformasi. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, (6)2. Diakses dari <https://journal.ubm.ac.id/index.php/bricolage/article/view/2148/1842>.
- Barton, L. (1993). *Crisis in Organizations: Managing and Communications in the Heat of Chaos*. Cincinnati: South-Western Publishing.
- Baskin, O. & Craig, E. (1992). *Public Relations The Profession And The Practice. 4th Edition*. Boston: MC. Graw Hill.
- Cahyani, R.P. (2015). Penggunaan Media Sosial dalam Komunikasi Krisis (Studi Kasus: Penggunaan Media Sosial dalam Komunikasi Krisis Air Asia Pasca Kecelakaan Air Asia QZ 8501). Skripsi
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Carroll, A. & Buchholtz, A. (2015). *Business & Society: Ethics, sustainability and Stakeholder Management 9th Edition*. United States of America: Cengage Learning.
- Cheng, Y. (2016). How Social Media is Changing Crisis Communication Strategies: Evidence from The Updated Literature. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 26(1), 58-68. doi: 10.1111/1468-5973.12130
- Collin, C. T. (2002). *Public Relations: Pedoman Praktis untuk PR*. Jakarta: PT Bumi Aksara.



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Strategi dan Tahapan Pengelolaan Komunikasi Krisis yang dilakukan oleh PT Telkom Indonesia Melalui Media Sosial (Studi Kasus Penggunaan Media Sosial oleh PT Telkom dalam Merespon Disinformasi Terkait

Berita Putusnya Kabel Fiber Optic Ruas Biak-Jayapura Tahun 2021)

Cooley, B. & Cooley, C. (2011). Examination of The Situational Crisis Communication Theory Through the General Motors Bankruptcy. *Journal of Media and Communication Studies*, 3(6).

- Coombs W.T. (2006). *Crisis Management: A Communication Approuch. Public Relations Theory II*. Mahwah: Lawrence Erlbraum Associates.
- Coombs, T. (1999). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding*. Amerika Serikat: SAGE Publications.
- Cutlip, M., Allen, H. Center & Glen, M. B. (2016). *Effective Public Relations. Edisi Kesembilan*. Jakarta: Kencana.
- Cutlip, S. M., et al. (2000). *Effective Public Relations*. New Jersey: Prentice Hall.
- Cutlip, S.M., et al. (2009). *Effective Public Relations*. Jakarta: Prenada Media.
- Fearn-Banks, K. (2007). *Crisis Communications: A Casebook Approach*. Mahwah. NJ: Lawrencen Erlbaum Associates.
- Fetzer, J.H. (2004). Disinformasi: The Use of False Information. *Minds and Matchines*, 14(2), 231-240. Diakses dari <http://doi.org/10.1023/B:MIND.0000021683.28604.5b>
- Fink, S. (1986). *Crisis Management: Planning for The Inevitable*. NY: AMACOM.
- Grunig, J. (2009). Paradigms of Global Public Relations in an Age of Digitalisation. *Prism Journal*, 6(2). Diakses dari <http://www.prismjournal.org/fileadmin/Praxis/Files/globalPR/GRUNIG.pdf>.
- Grunig, J. E. (1992). *Excellence in Public Relations and Communication Management*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associate, Inc.
- Hardjana, A. A. (1998). Manajemen Komunikasi dalam Krisis. *Jurnal Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, (2).
- Hendarsin, A.M.C.A. & Putri, G.S. (2021). Strategi Komunikasi Krisis Pemerintah Kota Surabaya Melalui Media “Bangga Surabaya”. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 4(1), 64-76. DOI: 10.17933/diakom.v4i1.182.
- Hootsuite and We Are Social. (2021). Digital in 2021 : Essential Insights Into Internet, Social Media, Mobile, and E-Commerce Use In Indonesia. Retrived <https://wearesocial.com/blog/2018/01/globaldigital-report-2018>.
- Ireton, C. & Posetti, J. (2019). *Jurnalisme, “Berita Palsu”, & Disinformasi: Buku Pegangan Untuk Pendidikan Dan Pelatih Jurnalisme*. UNESCO. Diakses dari <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368022>.
- Jin, Y. & Liu, B. F. (2010). The Blog-Mediated Crisis Communication Model: Recommendations for Responding to Influential External Blogs. *Journal of Public Relations Research*, 22(4), 429-455.
- Kriyantono, R. (2015). *Public Relations, Issue & Crisis Management*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Kure, E. (2021, Juni 8). *Menkominfo: Gangguan Telekomunikasi di Papua Diakibatkan Faktor Alam*. Retrieved from Investor.id: <https://investor.id/it-and-telecommunication/250950/menkominfo-gangguan-telekomunikasi-di-papua-diakibatkan-faktor-alam>
- L. Austin, & Jin, Y. (2016). *Social Media and Crisis Communication: The Exploring Social-Mediated Crisis Communication Model*. New York: Routledge Taylor & Francis Group. Diakses dari <https://www.researchgate.net/publication/316488296>



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Strategi dan Tahapan Pengelolaan Komunikasi Krisis yang dilakukan oleh PT Telkom Indonesia Melalui Media Sosial (Studi Kasus Penggunaan Media Sosial oleh PT Telkom dalam Merespon Disinformasi Terkait

Berita Putusnya Kabel Fiber Optic Ruas Biak-Jayapura Tahun 2021)

L. Austin, B.L. (2011). How Public Response to Crisis Communication Strategies: The Interplay of Information Form and Source. *Public Relations Review* 37,

Linke, A., & Zerfass, A. (2012). 'Future Trends in Social Media Uses for Strategic Organization Communications: Result of a Delphi Study. *Public Communication Review*, 2(2), 17-29.

Luhukay, M. S. (2008, Januari). Penerapan Manajemen Krisis di Indonesia: Memotret Krisis dalam Kacamata Public Relations. *Jurnal Ilmiah SCRIPTURA*, 2(1), 1--28.

Luthfie, N. (2009, Mei 20). Public Relations di Era Web 2.0 Business Week Indonesia. *Virtual Blog*. Diakses dari <http://www.virtual.co.id/blog/cyberpr/public-relations-di-eraweb-20-businessweek-indonesia/>

Mahriva, M.N. (2020). Corporate Communication PT. XL AXIATA Tbk. Merespon Masa Krisis Pandemi Virus Covid-19. WACANA: *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(1), 137-149. Diakses dari <file:///Users/farahputri/Downloads/1044-2560-1-PB.pdf>.

Majid, D. A. (2014). Komunikasi Krisis Melalui New Media. *Jurnal Kommas*. Diakses dari <http://www.jurnalkommas.com/docs/Jurnal%20D0214028.pdf>.

McLennan, A. & Howell, G.V.J. (2011). Social Networks and The Challenge for Public Relations. *Asia Pacific Public Relations Journal*, 11. 11-19. Diakses dari <http://www.deakin.edu.au/arts-ed/appri/articles/11-mclennan-howell.pdf>.

Mei, Bansal & Pang. (2010). New Media: A New Medium in Escalating Crises?. *ResearchGate*, 15(2), 143-155. DOI:10.1108/13563281011037919

Mitroff, I.I. & Gus, A. (2001). *Managing Crises Before They Happen*. New York: Amacom.

Morissan. (2008). *Manajemen Public Relations, Strategi menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Nathania, J., Anggraini, R., Ruliana, P., Freddy, G. (2021). Komunikasi Krisis Perusahaan Jasa Telekomunikasi. *Jurnal Hubungan Masyarakat*, 7(1).

Neely, S. R., & Collins, M. (2018). Social Media and Crisis Communications: A Survey of Local Governments in Florida. *Journal of Homeland Security and Emergency Management*. Diakses dari <https://doi.org/https://doi.org/10.1515/jhsem-2016-0067>.

Nova, F. (2009). *Crisis Public Relations: Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Bandung: Grafindo Media Pratama.

Nova, F. (2011). *Crisis Public Relations*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

Oktavia, Y. A. (2019). Rebranding dalam Perspektif Hukum Positif dan Etika Bisnis Islam: Studi Kasus pada Toko Online Jasa Henna Elma Fitriani Tulungagung. *Institutional Repository UIN SATU Tulungagung*. Diakses dari <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/10253/>.

Pang, A., Hassan, N. B. B. A., & Chong, A. C. Y. (2014). Negotiating crisis in the social media environment: Evolution of crises online, gaining credibility offline. *Corporate Communications*, 19(1), 96– 118. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-09-2012-0064>.

Patrick, J. (2021, Mei 01). *Kabel Optik Papua Putus, Internet Jayapura dan Sarmi Lumpuh*. Retrieved from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210501130957-20-637324/kabel-optik-papua-putus-internet-jayapura-dan-sarmi-lumpuh>

Prastya, D. (2022, Februari 23). *Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,4 Juta per 2022*. Retrieved from Suara.com:

- Prastya, N.M (2011). Komunikasi Krisis di Era New Media dan Social Media. *Jurnal Komunikasi*, 6(1), 1-20.
- Pratama, Putu Agus, E. (2014). *Sistem Informasi dan Implementasinya*. Bandung: Informatika.
- Putra, I Gusti Ngurah. (2020). Media Sosial dan Interaktivitas dalam Dunia Public Relations. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 1-11. Diakses dari https://www.researchgate.net/publication/342474839_Media_Sosial_dan_Interaktivitas_dalam_Dunia_Public_Relations.
- Rachmawati. (2021, Mei 20). Menyoal Putusnya Jaringan Internet di Papua, Benarkah Akibat Faktor Alam?. *Kompas Online*. Diakses dari <https://regional.kompas.com/read/2021/05/20/124500078/menyoal-putusnya-jaringan-internet-di-papua-benarkah-akibat-faktor-alam?page=all>.
- Reportase Papua. (2021, Februari 19). *Layanan Telkomsel Telah Menjangkau 52 Kabupaten di Maluku dan Papua*. Retrieved from Reportase Papua: <https://reportasepapua.co.id/layanan-telkomsel-telah-menjangkau-52-kabupaten-di-maluku-dan-papua/>
- Rey, T. (2021, Juli 24). The Rise of Disinformation and ‘Fake News’ in Times of Crisis. *Atalayar Between Two Shores*. Diakses dari <https://atalayar.com/en/content/rise-disinformation-and-fake-news-times-crisis>.
- Reynolds, G. (2006). The Body and Social Theory. *Sociology of Health & Illness*, 28(3). Diakses dari <https://doi.org/10.1111/j.1467-9566.2006.00497b.x>.
- Rochmah, N.J. (2015). Tantangan dan Kesempatan Praktisi Public Relations Menghadapi Dinamika Era Digital di Indonesia. *CommLine*, 6(2). Diakses dari [file:///Users/farahputri/Downloads/609-1721-1-SM%20\(1\).pdf](file:///Users/farahputri/Downloads/609-1721-1-SM%20(1).pdf).
- Rumanti, A. S. (2002). *Dasar-Dasar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Grasindo
- Salma, A. N. (2018). Strategi Komunikasi Krisis di Era Digital: Penggunaan Internet dari Sebelum Hingga Sesudah Krisis. *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan*. 22(1), 19-36.
- Sastroedjo, Y. (2021, Januari 2). Selamat Tinggal Tahun Miskomunikasi Selamat Datang Resiliensi. Berita Terkini UNS. Diakses oleh <https://uns.ac.id/id/uns-opinion/selamat-tinggal-tahun-miskomunikasi-selamat-datang-resiliensi.html>.
- Satlita, L. (2005). Strategi Komunikasi dalam Menangani Krisis Organisasi. Efisiensi: Kajian Ilmu Administrasi, 2(5). Diakses dari <https://journal.uny.ac.id/index.php/efisiensi/article/view/3847>.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 145-146.
- Suryani, C. (2020). Disinformasi Pembakaran Bendera Kalimat Tauhid. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2). Diakses dari <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi/article/view/26552/18667>.
- Tandoe, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018, Februari 7). Defining “Fake News”: A Topology of Scholarly Definitions. *Digital Journalism*. Routledge. <http://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>

- Titis, G. (2019). Perencanaan Krisis PR: Sebuah Upaya Strategi Komunikasi Mengatasi Krisis. *Jurnal Lentera Komunikasi*, 3(1).
- UNESCO. (2015). *Development of Information Literacy: Through School Libraries in South-East Asia Countries*. Bangkok.
- Utami, P. (2019). Hoax in Modern Politics. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 22(2), 85. Diakses dari <http://doi.org/10.22146/jsp.344614>.
- Wahdani, N. B. & Utami, N. P. (2017). Dual-Literasi: Tameng Disinformasi Masyarakat Indonesia Terhadap Konten Informasi Politik di Media Massa Online. *PALIMPSEST*. Diakses dari <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-palim74d7e56984full.pdf>.
- Widya, Made., Agung, I Gusti. & Nyoman, Ni. (2018). Strategi Manajemen Krisis Public Relations PT. Angkasa Pura I Bandara International I Gusti Ngurah Rai Bali dalam Menghadapi Dampak Erupsi Gunung Agung 2017. *Online Jurnal Search Unud*. Diakses dari <https://ojs.unud.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/40509/24602/>.
- Wilcox, L. D. dan Cameron, T. G. (2006). *Public Relations Strategis and Tactics*. Boston: Pearson.
- Yin, R.K. (2013). *Case Study Research: Design and Methods Fifth Edition*. Washington: COSMOS Corporation.