J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah
Vol.4, No.3, April 2025

Pengaruh Pesan pada Akun Instagram @alodita terhadap Perilaku Masyarakat dalam Memelihara Kesehatan Mental

Salinas Alsadila[1*], Nadira Eldyana[2]
[1,2] LSPR Institute of Communication and Business
E-mail: salinasalsadila@gmail.com[1], nadiraeldyana@gmail.com[2]

Article History:
Received: 25 Februari 2025
Revised: 27 Maret 2025
Accepted: 07 April 2025

Keywords: *Message, Behavior, Mental Health, Instagram, Andra Alodita*

Abstract: *The COVID-19 pandemic has not only had an impact on physical health, but also on mental health. This study focuses on Andra Alodita, an Instagram beauty and lifestyle influencer who likes to share positive mental health messages. This study aims to find out whether there is an influence and how much influence the message on the @alodita Instagram account has on people's behavior in maintaining mental health. This study uses quantitative methods with data collection techniques in the form of a questionnaire. A purposive sample technique was applied, with a total of 100 respondents who are followers of the @alodita Instagram account. The results of this study indicate that there is an influence between messages on the @alodita Instagram account towards people's behavior in maintaining mental health with a number of 0.676, where if the X variable is equivalent to 0, then the value of the Y variable is 11.557 and if the X variable increase by 1 unit, then the value of the Y variable will increase by 0.676.*

PENDAHULUAN

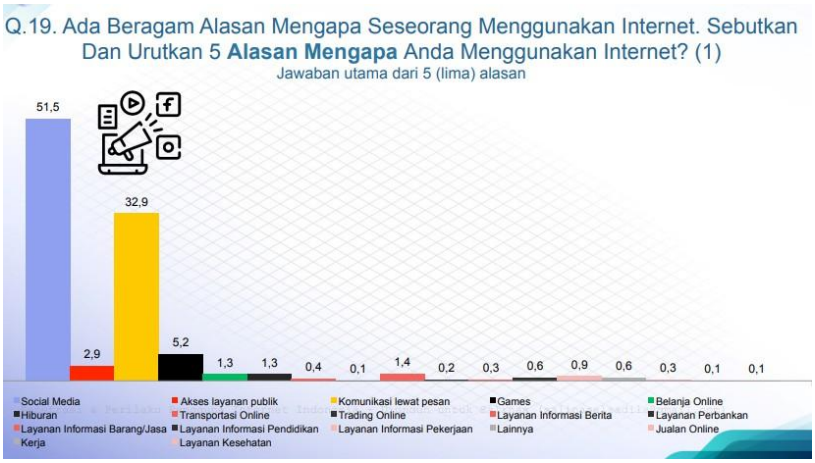
Di tengah kehidupan bermasyarakat, setiap individu tidak terlepas dari interaksi sosial antar satu sama lain. Interaksi yang terjalin ini dihubungkan melalui proses komunikasi. Menurut Cahyono (2019, p.8), komunikasi merupakan proses penyampaian informasi, pesan, atau gagasan dari komunikator kepada komunikan yang bertujuan untuk memberikan makna yang sesuai. Pada dasarnya, perilaku dapat dicerminkan dari segala bentuk kegiatan yang dilakukan oleh seseorang. Perilaku juga dapat dikatakan sebagai respons dari suatu rangsangan yang berasal dari luar diri (Pakpahan et al., 2021, p.16). Dengan kata lain, jika ada suatu stimulus yang dalam hal ini adalah proses komunikasi efektif, sasaran komunikan tersebut memiliki kemungkinan untuk mengalami perubahan perilaku.

Salah satu elemen penting yang mendukung terciptanya proses komunikasi yang efektif yaitu pesan. Pesan adalah kumpulan informasi yang disampaikan dari sumber kepada penerima dengan tujuan tertentu. Pesan tidak hanya disampaikan melalui lisan ataupun tulisan, namun juga dapat dikomunikasikan secara nonverbal (DeVito, 2016, p.8). Agar proses komunikasi mampu mencapai tujuan yang diharapkan, maka pesan yang disampaikan juga harus jelas dan mudah dipahami.

Selain pesan, elemen selanjutnya yang tidak dapat diabaikan yaitu media atau saluran.

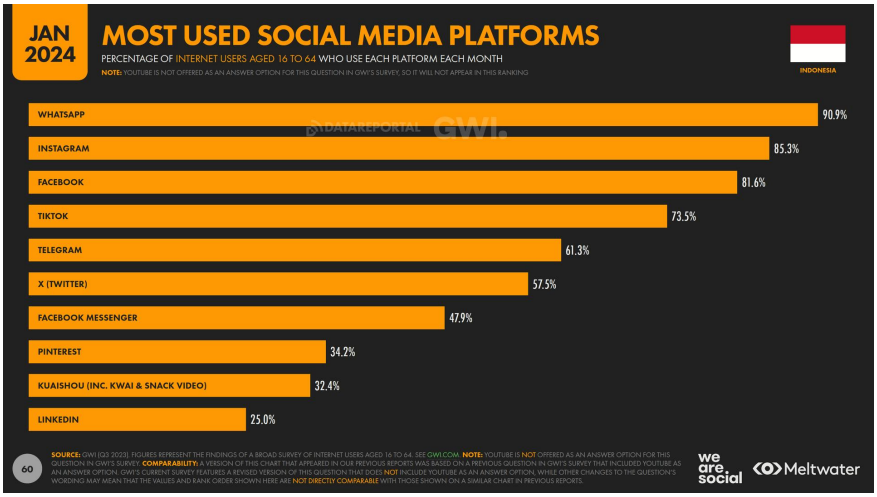
Seiring berkembangnya teknologi, bidang komunikasi pun telah bertransformasi ke arah yang lebih canggih. Kini, proses komunikasi tidak terbatas pada satu saluran saja, melainkan dapat dilakukan melalui berbagai saluran, salah satunya yaitu internet. Internet merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat pada zaman modern. Hal ini dikarenakan manfaat penggunaan internet sangat nyata dapat dirasakan oleh setiap orang, mulai dari memenuhi kebutuhan informasi dengan cepat, hingga menunjang berbagai bidang kehidupan. Selain itu, internet juga bersifat fleksibel, yang berarti tidak terbatas oleh waktu ataupun tempat (Krisianto, 2014, p.2).

Pada tahun 2021, jumlah pengguna aktif internet di Indonesia mencapai hingga 202.6 juta orang. Survei yang dilaksanakan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa alasan utama yang melandasi kebutuhan menggunakan internet adalah media sosial.



Gambar 1. Survei Alasan Penggunaan Internet
Dari Survei Internet APJII 2019-2020 [Q2], oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, n.d. (https://apjii.or.id/survei2019x).

Kehadiran internet di tengah masyarakat menandai kelahiran platform media sosial. Keunggulan dari media sosial ini memungkinkan para penggunanya untuk dapat secara bebas berkreasi menciptakan berbagai konten kreatif dalam akun pribadinya. Berdasarkan survei APJII, tercatat bahwa pengguna aktif media sosial di Indonesia berjumlah 221 juta jiwa. Salah satu media sosial yang cukup digemari oleh masyarakat Indonesia saat ini adalah Instagram. Instagram menempati urutan ke-3 dengan persentase 86,6% sebagai media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dengan rentang usia antara 16-64 tahun (Kemp, 2021).



Gambar 2. Most-Used Social Media Platforms
Sumber: Meltwater 2024 (https://www.meltwater.com/en/blog/social-media-statistics-indonesia)

Perkembangan media sosial Instagram yang sangat pesat ini membuka kesempatan setiap orang untuk menjadi *influencer*, yaitu pengguna media sosial dengan pengikut besar yang memiliki kemampuan dalam persuasi seseorang seperti membuka percakapan secara virtual hingga mempromosikan atau rekomendasi suatu produk (Book & Afandi, 2019, p.22). Alasan utama seseorang mengikuti influencer di Instagram dapat dilohat dari daya tarik isi konten, penguasaan terhadap topik tertentu, dan kepribadian *influencer* tersebut. Pada dasarnya, setiap influencer memiliki fokus dan ciri khasnya pada bidang masing-masing sehingga konten yang diciptakan tentunya akan beragam.

Penelitian ini akan memfokuskan kepada Andra Alodita (@alodita), sebagai sosok *beauty & lifestyle influencer* dalam Instagram yang memiliki lebih dari 300 ribu pengikut (Alodita, n.d.a). Berbeda dari *beauty & lifestyle influencer* lainnya, kini, Andra bertransformasi menjadi seorang *influencer* yang tidak hanya membahas seputar dunia kecantikan atau gaya hidup saja, namun juga membicarakan akan pentingnya kesehatan fisik maupun mental yang prima. Selain itu, Andra juga pernah terlibat dalam beberapa Instagram Live serta *workshop* mengenai kesehatan mental yang diselenggarakan oleh para ahli dibidangnya.



Gambar 3. Unggahan Andra Alodita Mengenai Pesan Positif
Dari Unggahan Pesan Positif, oleh Andra Alodita (@alodita), 2020,
(https://www.instagram.com/p/CDdHEU-pOWa/)

Memasuki awal tahun 2020, tepatnya saat pandemi COVID-19 berlangsung, Andra mulai memfokuskan diri kembali untuk mengatasi permasalahan kesehatan mentalnya yang kian memburuk. Andra menjuluki perjalanan dalam menyembuhkan trauma psikologisnya ini sebagai *self- healing*. Kisah Andra dalam menghadapi gangguan kesehatan mentalnya ini menarik banyak perhatian pengikutnya. Hal ini dapat dilihat dari respons para pengikut yang tidak jarang memberikan semangat kepada Andra melalui kolom komentar. Andra juga mengajak pengikutnya untuk melakukan aktivitas positif yang dapat meningkatkan kualitas kesehatan mental, salah satunya adalah melalui terapi seni atau *art therapy* (Alodita, 2021). Pesan- pesan yang dimuat dalam unggahan Andra secara tidak langsung menyiratkan ajakan kepada para pengikut untuk turut menjaga kesehatan mentalnya melalui penerapan kegiatan positif.

Tidak hanya menimpa Andra, momentum pandemi COVID-19 merupakan tantangan bagi masyarakat di seluruh dunia. Tidak dapat dipungkiri, pandemi COVID-19 tidak hanya berdampak ke kesehatan fisik semata, namun juga berdampak pada kesehatan mental. Hal ini didukung oleh survei kesehatan jiwa terkait COVID-19 yang dilakukan oleh Perhimpunan Dokter Spesialis Kedokteran Jiwa Indonesia, yang mengungkapkan bahwa sebanyak 68% responden mengalami rasa cemas, 67% mengalami depresi, dan 77% mengalami trauma psikologis (Mutia, 2021). Upaya pemberlakuan social distancing yang membuat ruang gerak dan komunikasi seseorang dalam waktu yang cukup lama juga meningkatkan risiko terganggunya kesehatan mental seseorang. Hal ini dibuktikan dari riset Change.org dan Into The Light

menunjukkan bahwa 98% dari masyarakat merasa kesepian di tengah pandemi COVID-19 (Change.org, 2021).

Pemeliharaan kesehatan mental penting untuk dilakukan dengan menerapkan perilaku positif dalam kehidupan sehari-hari. Dalam kaitannya dengan penelitian ini, Andra Alodita telah menerapkan perilaku yang memiliki dampak positif terhadap kualitas kesehatan mentalnya, seperti dengan melakukan meditasi, menulis jurnal (*journaling*), terapi seni, dan lainnya. Melalui berbagai kisah pengalaman Andra Alodita yang dituangkan dalam konten visual maupun tulisan, fokus permasalahan yang ingin dikaji penulis lebih dalam yaitu apakah pesan yang dikomunikasikan oleh Andra Alodita melalui Instagram memiliki pengaruh terhadap perilaku masyarakat dalam memelihara kesehatan mental.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan diklasifikasikan sebagai penelitian eksplanasi. Menurut Siyoto dan Sodik (2015, p.8), penelitian eksplanasi menitikberatkan kepada mengapa suatu fenomena terjadi. Selain itu, hubungan yang terbentuk antar variabel dalam penelitian ini bersifat sebab – akibat.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang dihitung menggunakan rumus Slovin dan populasi yang dituju adalah pengikut akun @alodita pada media sosial Instagram. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan survei melalui kuesioner kepada responden secara daring.

Teknik analisis data penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana yang bertujuan untuk memperkirakan nilai variabel Y jika nilai variabel X dimodifikasi (Sugiyono, 2019, p.252) dan analisis korelasi yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel-variabel dalam suatu penelitian (Santoso, 2019, p.135).

Validitas penelitian ini diuji menggunakan rumus korelasi Pearson dan diperoleh nilai r tabel yaitu sebesar 0,361. Reliabilitas pada penelitian ini mengacu pada nilai koefisien Cronbach's Alpha dan diperoleh nilai α sebesar 0,917

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari – Februari 2022. Penelitian dilakukan secara online (daring) dengan menyebarkan kuesioner dan diisi oleh 100 orang responden. Penentuan responden didasari oleh kriteria tertentu untuk memungkinkan penulis agar dapat memperoleh responden yang tepat sasaran. Terdapat dua kriteria yang menjadi acuan dalam menyeleksi responden, yaitu:

1. Responden merupakan pengikut akun Instagram @alodita.
2. Responden pernah melihat unggahan mengenai kesehatan mental atau *self-healing* pada Instagram *Feed*/*Stories* akun @alodita.

Dalam memperoleh responden dengan kriteria di atas, penulis berupaya untuk menjangkau pengikut akun Instagram @alodita melalui *Direct Message* (DM) Instagram. Diperoleh hasil pengolahan data bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan dengan jumlah sebesar 94 orang (94%). Sedangkan, responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 6 orang (6%).

Tahap analisis dalam penelitian ini dilakukan melalui pengujian tertentu. Untuk mencari hubungan antar variabel penelitian, maka dilakukan uji korelasi. Nilai R yang diperoleh adalah

sebesar 0,674. Jika nilai berada dalam rentang 0,60 – 0,799, maka tingkat korelasi termasuk ke dalam kategori kuat. Nilai R juga menunjukkan hasil bilangan positif, dimana hal ini bermakna bahwa semakin tinggi nilai variabel X (Pesan Pada Akun Instagram @alodita), maka semakin tinggi pula nilai variabel Y (Perilaku Masyarakat Dalam Memelihara Kesehatan Mental).

Hasil dari pengujian koefisien determinasi menunjukkan angka R Square sebesar 0,455. Hal ini dapat diartikan bahwa kontribusi pesan pada akun Instagram @alodita terhadap perilaku masyarakat dalam memelihara kesehatan mental adalah sebesar 45,5%. Sedangkan, sisanya sebesar 54,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kemudian, analisis uji hipotesis dalam penelitian ini mengacu kepada uji Anova. Nilai signifikansi menunjukkan angka 0,000. Menurut Sawono (2013, p.150), jika nilai Sig. kurang dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1

diterima. Hal ini menandakan bahwa terdapat pengaruh pesan pada akun Instagram @alodita terhadap perilaku masyarakat dalam memelihara kesehatan mental.

Selain itu, analisis regresi linier sederhana menghasilkan persamaan Y = 11,557 + 0,676X. Dalam persamaan ini, nilai konstanta ditunjukkan dengan angka 11,557, sedangkan nilai koefisien regresi diwakili oleh angka 0,676. Jika variabel X (Pesan Pada Akun Instagram @alodita) tidak ada atau sama dengan 0, maka nilai pada variabel Y (Perilaku Masyarakat Dalam Memelihara Kesehatan Mental) adalah sebesar 11,557. Nilai pada variabel Y akan mengalami peningkatan sebesar 0,676 jika variabel X meningkat sebanyak 1 unit.

Dalam bidang *Public Relations* (PR), pesan merupakan suatu hal yang penting. Hal ini dikarenakan lingkup kerja seorang praktisi PR tidak terlepas dari proses penyampaian pesan kepada masyarakat. Rumanti

(2005, p.39) mengungkapkan bahwa salah satu tugas pokok seorang praktisi PR adalah menyampaikan informasi, baik secara verbal maupun non-verbal kepada publik, dengan tujuan agar publik memahami isi pesan tersebut.

Selain pesan, adapun elemen lainnya yang tidak kalah penting, yaitu media atau saluran. Seiring dengan berkembangnya teknologi komunikasi, kini proses komunikasi dapat dilakukan melalui saluran internet. Menurut survei yang dilaksanakan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), alasan utama yang melandasi kebutuhan menggunakan internet adalah media sosial (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, n.d.)

Instagram menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia saat ini (Kemp, 2021). Pengguna Instagram dapat dengan bebas mengunggah konten berupa foto maupun video melalui fitur Instagram *Feed*, Instagram *Stories*, IGTV, dan *Reels*. Pengguna juga dapat menyertakan pesan dalam bentuk *caption* di setiap unggahannya. Perkembangan media sosial Instagram ini kemudian memunculkan istilah *influencer*, yaitu pengguna media sosial dengan jumlah pengikut besar yang memiliki kemampuan dalam mempengaruhi audiens (Book & Afandi, 2019, p.22).

Penelitian ini berfokus pada Andra Alodita, yaitu seorang beauty & *lifestyle influencer* yang kerap menyebarkan rasa antusiasmenya terhadap kesehatan fisik maupun mental. Sebagai seseorang yang memiliki gangguan kecemasan (*anxiety disorder*), Andra Alodita berupaya dalam membagikan pengalaman serta membahas mengenai cara dalam memelihara kesehatan mental melalui konten Instagram, terutama pada saat pandemi COVID-19 berlangsung. Andra menjuluki perjalanan dalam menyembuhkan trauma psikologisnya ini sebagai *self-healing* atau proses penyembuhan diri (Alodita, n.d.a). Selain menciptakan konten mengenai kesehatan mental dan *self- healing,* Andra pun juga menciptakan konten seputar gaya hidup, kecantikan, dan *fashion*.

Hasil survei kesehatan jiwa terkait COVID-19 yang dilakukan oleh Perhimpunan Dokter Spesialis Kedokteran Jiwa Indonesia mengungkapkan bahwa sebanyak 68% responden mengalami rasa cemas, 67% mengalami depresi, dan 77% mengalami trauma psikologis (Mutia, 2021). Maka, upaya dalam memelihara kesehatan mental penting untuk dilakukan. Dalam kaitannya dengan penelitian ini, Andra Alodita telah menerapkan aktivitas *self-healing* yang dapat meningkatkan kualitas kesehatan mentalnya dan berupaya dalam menyebarkan pesan tersebut dalam akun Instagram @alodita. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya serta seberapa besar pengaruh pesan pada akun Instagram @alodita terhadap perilaku masyarakat dalam memelihara kesehatan mental.

Teori yang menjadi landasan utama dalam penelitian ini adalah teori Stimulus Organisme Respons (S-O-R). Menurut Effendy (dalam Sasmitasen et al., 2020, p.5), teori ini menjelaskan bahwa komunikasi merupakan proses aksi dan reaksi, dimana rangsangan yang berupa bahasa verbal, isyarat nonverbal, ataupun simbol tertentu dapat menimbulkan efek terhadap individu. Dalam hal ini, pesan pada akun Instagram @alodita merupakan stimulus, pengikut Instagram @alodita merupakan organisme, dan perilaku masyarakat dalam memelihara kesehatan mental merupakan respons.

Proses pembentukan respons dapat dijelaskan dalam beberapa tahap, menurut Hovland (dalam Notoatmodjo, 2014, p. 84). Stimulus awal, yang berupa pesan yang dikirim ke akun Instagram @alodita, dapat diterima atau ditolak sesuai dengan daya tarik unggahan tersebut. Stimulus diterima jika makhluk atau pengikut akun Instagram @alodita melihat dan memahami pesan tersebut. Selanjutnya, organisme akan mengolah stimulus untuk menghasilkan keinginan untuk bertindak. Setelah pembentukan sikap, tubuh dapat dipengaruhi oleh stimulus dengan menghasilkan respons yang dikenal sebagai perilaku. Penelitian ini mencakup berbagai konsep selain teori S-O-R.

Konsep utama yang digunakan adalah pesan. Dalam menyusun suatu pesan yang baik, menurut Ferinia et al. (2020, p.36), ada tujuh prinsip yang harus diperhatikan: completeness (lengkap), conciseness (singkat), consideration (pertimbangan), concreteness (konkret), clarity (kejelasan), courtesy (kesopanan), dan correctness (ketelitian). Variabel X (Pesan Pada Akun Instagram @alodita) dalam penelitian ini terdiri dari tujuh prinsip yang telah disebutkan.

Analisis di atas menunjukkan bahwa unggahan Andra Alodita di akun Instagramnya, @alodita, memengaruhi perilaku pengikutnya, terutama dalam hal melakukan aktivitas self-healing untuk memelihara kesehatan mental. Ini sesuai dengan teori S-O-R, teori utama yang digunakan. Teori ini mengatakan bahwa proses komunikasi dapat menyebabkan reaksi khusus terhadap rangsangan tertentu, sehingga orang dapat melihat kesesuaian antara pesan dan reaksi yang dihasilkan oleh komunikan (Zamroni, 2022, p. 221).

Berdasarkan hasil penelitian, dimensi pesan yang memiliki pengaruh paling besar jika ditinjau dari nilai rata-rata pernyataannya adalah dimensi *concreteness* (konkret), *clarity* (kejelasan), dan *courtesy* (kesopanan). Sedangkan, dimensi pada variabel Y yang paling dominan yaitu dimensi pengetahuan (*knowledge*). Hal ini menandakan bahwa pesan pada akun Instagram @alodita mempengaruhi para pengikutnya secara signifikan pada tahap kognitif atau yang disebut dengan perilaku tertutup (*covert behavior*). Perilaku tertutup ini bermakna bahwa respons yang terbentuk pada organisme yaitu sebatas perhatian, perasaan, persepsi, pengetahuan, dan sikap terhadap stimulus tertentu (Notoatmodjo, 2014, p.21).

Menurut Notoatmodjo (2014, p.22-23), adapun faktor yang dapat mempengaruhi pembentukan perilaku adalah faktor eksternal (sosial dan budaya) dan internal (perhatian, motivasi, persepsi, inteligensi, fantasi, dll). Pada penelitian ini, respons perilaku hanya ditinjau

dari variabel pesan, maka faktor-faktor lain yang berkontribusi terhadap pembentukan perilaku merupakan hal di luar penelitian.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu apakah terdapat pengaruh pesan pada akun Instagram @alodita terhadap perilaku masyarakat dalam memelihara kesehatan mental dan seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel X terhadap variabel Y. Setelah menjalani prosedur pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dan melakukan pengolahan serta analisis data, maka kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh antara pesan pada akun Instagram @alodita terhadap perilaku masyarakat dalam memelihara kesehatan mental. Hal ini dapat dibuktikan melalui hasil uji hipotesis yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, yakni bermakna bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Melalui persamaan regresi linier sederhana Y = 11,557 + 0,676X, dapat diketahui bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel X (Pesan Pada Akun Instagram @alodita) terhadap variabel Y (Perilaku Masyarakat Dalam Memelihara Kesehatan Mental) adalah sebesar 0,676, dimana jika variabel X setara dengan 0, maka nilai pada variabel Y adalah sebesar 11,557. Jika variabel X mengalami kenaikan sebesar 1 unit, maka nilai variabel Y akan bertambah sebesar 0,676.

DAFTAR REFERENSI

Alodita, A. (2019, September 2). *Psikosomatis, bersyukur dan bahagia.* Diperoleh pada 3 Maret 2022, dari http://www.alodita.com/2019/09/psikosomatis-bersyukur-dan-bahagia.html

Alodita, A. (n.d.b). *About.* Diperoleh pada 25 September, dari http://www.alodita.com/p/about-andra.html

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (n.d.). *Hasil survei.* Diperoleh pada 25 September 2021, dari https://apjii.or.id/survei2019x

Book, S., & Afandi, R. (2019). *How to win Instagram* (Cet. 1). Yogyakarta, Indonesia: Stiletto Book. Diperoleh dari https://www.google.co.id/books/edition/How_to_win_Instagram/qwntDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=0

Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana, 9*(1), 140-157. Diperoleh dari http://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79

Change.org. (2021, Agustus 4). *Banyak yang sedang kesepian dan berpikiran menyakiti diri sendiri? Cek hasil survei kita yuk!* Diperoleh pada 25 September 2021, dari https://www.change.org/l/id/surveiapakabarmu

DeVito, J. A. (2016). *Human communication: The basic course* (14th ed.). Hoboken, NJ: Pearson Higher Education.

Kemp, S. (2021, Februari 11). *Digital 2021: Indonesia.* Diperoleh pada 25 September 2021, dari https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia

Notoatmodjo, S. (2014). *Ilmu perilaku kesehatan* (Cet. 2). Jakarta, Indonesia: Rineka Cipta.

Pakpahan, M., Siregar, D., Susilawaty, A., Mustar, T., Ramdany, R., Manurung, E. I., ... Maisyarah, M. (2021). *Promosi kesehatan dan perilaku kesehatan* (Cet. 1). Medan, Indonesia: Yayasan Kita Menulis. Diperoleh dari

https://www.google.co.id/books/edition/Promosi_Kesehatan_dan_Perilaku_Kesehatan/MR0fEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0

Rumanti, S. M. A. (2005). *Dasar-dasar public relations: Teori dan praktik* (Cet. 3). Jakarta, Indonesia: Grasindo. Diperoleh dari https://www.google.co.id/books/edition/Dasar_Dasar_Public_Relation/8eHQAALadmcC?hl=en&gbpv=1

Sasmitasen, Harjanti, S., & Setiawan, H. (2020). *Pengembangan home industri di desa Nibung-Paloh (Kajian komunikasi terhadap air batu mineral Al-Barokah)* (Cet. 1). Sukabumi, Indonesia: Jejak Publisher. Diperoleh dari https://www.google.co.id/books/edition/Pengembangan_home_industri_di_desa_Nibun/66H-DwAAQBAJ?hl=en&gbpv=0

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Ed. 2, Cet. 1). Bandung, Indonesia: ALFABETA.

Zamroni, M. (2022). *Filsafat komunikasi: Pengantar ontologis, epistemologis, dan aksiologis.* Yogyakarta, Indonesia: Ircisod. Diperoleh dari https://www.google.co.id/books/edition/Filsafat_Komunikasi/ialcEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0