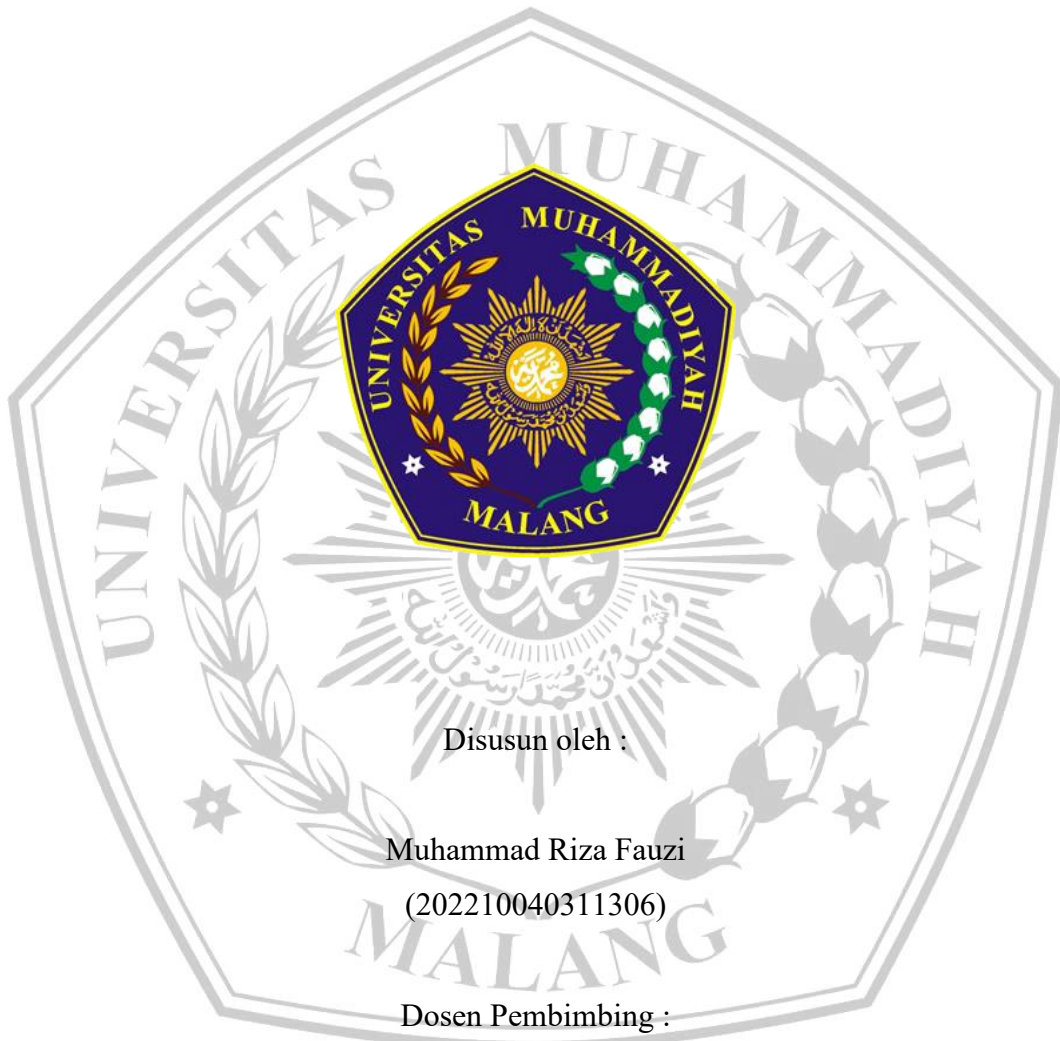


202210040311306
MUHAMMAD RIZA FAUZI
Ilmu Komunikasi

**OPINI NETIZEN PADA CITRA AQUA PASCA SIDAK KDM (ANALISIS
TOPIK MODELLING, SENTIMEN DAN EMOSI)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang



Disusun oleh :

Muhammad Riza Fauzi
(202210040311306)

Dosen Pembimbing :

Moch Fuad Nasvian, S.I.Kom, M.I.Kom.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

OPINI NETIZEN PADA CITRA AQUA PASCA SIDAK KDM (ANALISIS
TOPIK MODELLING, SENTIMEN DAN EMOSI)

Diajukan Oleh :

MUHAMMAD RIZA FAUZI
202210040311306

Telah disetujui

Kamis / 15 Januari 2026

Pembimbing I



Moch Fuad Nasvian, S.I.Kom, M.I.Kom.

Dekan I



Dr. Joko Susilo, S.Sos, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Novin Farid Stvo Wibowo, S.Sos, M.Si.

LEMBAR KETERANGAN LULUS

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

MUHAMMAD RIZA FAUZI
202210040311306

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
L U L U S

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi
Kamis, 15 Januari 2026 sidang
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :


1. Dr. Joko Susilo, S.Sos, M.Si. ()
2. Dr. Winda Hardyanti, S.Sos, M.Si ()
3. Moch Fuad Nasvian, S.I.Kom., M.I.Kom. ()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik






Susilo, S.Sos, M.Si.

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :


Nama	: MUHAMMAD RIZA FAUZI
NIM	: 202210040311306
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa


1. Tugas Akhir dengan Judul :
OPINI NETIZEN PADA CITRA AQUA PASCA SIDAK KDM (ANALISIS TOPIK MODELLING, SENTIMEN DAN EMOSI)
Adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.
2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 9 Januari 2026
Yang Menyatakan,






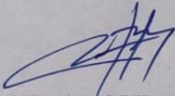
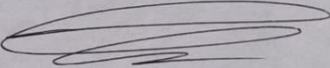

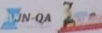
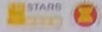
MUHAMMAD RIZA FAUZI




UMM
UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG


Kampus I Jl. Bunderung 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 252 (Hunting) F. +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bunderung Ruidani No 18B Malang, Jawa Timur P. +62 341 351 148 (Hunting) F. +62 341 083 020	Kampus III Jl. Raya Tugastika No 240 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 319 (Hunting) F. +62 341 460 435 E. webmaster@umm.ac.id
---	---	---


SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	Lembar Persetujuan Skripsi		
	Nama : MUHAMMAD RIZA FAUZI		
	NIM : 202210040311306		
	Jurusan : Ilmu Komunikasi		
	Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang		
	Judul Skripsi : OPINI NETIZEN PADA CITRA AQUA PASCA SIDAK KDM (ANALISIS TOPIK MODELLING, SENTIMEN DAN EMOSI)		
	Disetujui, Pembimbing		
	 Moch Fuad Nasvian, S.I.Kom., M.I.Kom		
	Mengetahui, Ketua Prodi Ilmu Komunikasi		
	 Novin Farid Styowibowo, M.Si		
  	Kampus I Jl. Bawakari 1 Malang, Jawa Timur P: +62 341 951 252 (Hunting) F: +62 341 461 436	Kampus II Jl. Bendingsari Ratuhi No.100 Malang, Jawa Timur P: +62 341 981 149 (Hunting) F: +62 341 582 660	Kampus III Jl. Raja Tugengas No.246 Malang, Jawa Timur P: +62 341 364 318 (Hunting) F: +62 341 451 433 E: webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI


UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG


100
1964-2024


LIMPASTI
MADRIS

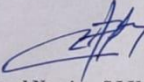
SURAT KETERANGAN
Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM//I/MMXXVI


Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama	: MUHAMMAD RIZA FAUZI
No. Induk Mahasiswa	: 202210040311306
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: OPINI NETIZEN PADA CITRA AQUA PASCA SIDAK KDM (ANALISIS TOPIK MODELLING, SENTIMEN DAN EMOSI)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih




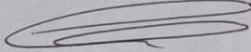

Malang , 9 Januari 2026
Dosen Pembimbing


Moch Fuad Nasvian, S.I.Kom., M.I.Kom



UN-QA
STARS



Kampus I Jl. Bunderung 1 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 253 (Hunting) F: +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bunderung Rindani No 188 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 149 (Hunting) F: +62 341 552 000	Kampus III Jl. Raya Tuguas No 240 Malang, Jawa Timur P: +62 341 454 319 (Hunting) F: +62 341 603 433 E: webmaster@umm.ac.id
---	---	--

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	SURAT KETERANGAN Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM//I/MMXXVI			
 100 YEARS OF INDEPENDENCE IN THE INDONESIA	Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:			
 LIMPASTI BERSAMA BERSAMA	NAMA : MUHAMMAD RIZA FAUZI NIM : 202210040311306 Program Studi : Ilmu Komunikasi			
	Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester delapan (8) tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan BEBAS KULIAH			
	Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.			
	Malang, 9 Januari 2026 Ketua Program Studi  Novin Farid Styo Wibowo, M.Si			
	<table border="0"><tr><td>Kampus I Jl. Bawean 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 951 252 (Hunting) F. +62 341 460 436</td><td>Kampus II Jl. Beribangan Gunung No. 150 Malang, Jawa Timur P. +62 341 931 149 (Hunting) F. +62 341 682 010</td><td>Kampus III Jl. Raya Tuguas No. 240 Malang, Jawa Timur P. +62 341 364 318 (Hunting) F. +62 341 460 435 E. webmaster@sunm.ac.id</td></tr></table>	Kampus I Jl. Bawean 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 951 252 (Hunting) F. +62 341 460 436	Kampus II Jl. Beribangan Gunung No. 150 Malang, Jawa Timur P. +62 341 931 149 (Hunting) F. +62 341 682 010	Kampus III Jl. Raya Tuguas No. 240 Malang, Jawa Timur P. +62 341 364 318 (Hunting) F. +62 341 460 435 E. webmaster@sunm.ac.id
Kampus I Jl. Bawean 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 951 252 (Hunting) F. +62 341 460 436	Kampus II Jl. Beribangan Gunung No. 150 Malang, Jawa Timur P. +62 341 931 149 (Hunting) F. +62 341 682 010	Kampus III Jl. Raya Tuguas No. 240 Malang, Jawa Timur P. +62 341 364 318 (Hunting) F. +62 341 460 435 E. webmaster@sunm.ac.id		

LEMBAR PERSETUJUAN BEBAS PLAGIASI

 **PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29**

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



TENTANG
PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

**LEMBAR PERSETUJUAN
DETEKSI PLAGIASI**

SKRIPSI-DENGAN JUDUL:

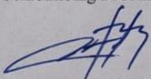
OPINI NETIZEN PADA CITRA AQUA PASCA SIDAK KDM (ANALISIS TOPIK MODELLING, SENTIMEN DAN EMOSI)

Oleh:



Nama : MUHAMMAD RIZA FAUZI
NIM : 202210040311306

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,
Malang, 9 Januari 2026
Pembimbing I/Promotor


Moch Fuad Nasviah, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 180314101985

(*) Coret yang tidak perlu





Kampus I
Jl. Bawean 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 561 203 (Hunting)
F: +62 341 460 335

Kampus II
Jl. Bendorong Sidani No. 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 501 149 (Hunting)
F: +62 341 583 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 463 433
E: wobmaster@umm.ac.id

HASIL CEK PLAGIASI

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi


Nama : Muhammad Riza Fauzi
NIM : 202210040311306

Hasil Plagiasi : 12/1

BAB I	6			
BAB II	3			
BAB III	10			


BAB IV	0			
BAB V	1			
BAB VI	4			

Malang, 12 Januari 2026
Admin Plagiasi Prodi,


 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari, Rabu 7 Januari 2026
Pukul 19.00 WIB
Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

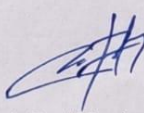
Nama Peneliti	MUHAMMAD RIZA FAUZI
NIM	202210040311306
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi, Public Relation
Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	OPINI NETIZEN PADA CITRA AQUA PASCA SIDAK KDM (ANALISIS TOPIK MODELLING, SENTIMEN DAN EMOSI)
Pembimbing	Moch. Fuad Nasvian, M.I.Kom.
Dosen Penguji 1	Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.Kom

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*Online*) melalui *platform* Zoom Meeting

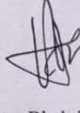
Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji 1 dan sejumlah 15 Mahasiswa (Daftar Hadir terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/~~TIDAK LULUS~~

Malang, 9 Januari 2026

Dosen Pembimbing, Dosen Penguji 1,

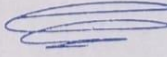


Moch. Fuad Nasvian, M.I.Kom.




Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.Kom

Mengetahui,
Kaprod/ Sekprod Ilmu Komunikasi,



Novin Farid Styo Wibowo, M.Si



STARS

Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sidani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 140 (Hunting)
F: +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Togomas No 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 310 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL SKRIPSI
DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

No.	Nama	NIM	Instansi
1.	Haiifa Az Zahra Malik	202210040311074	Universitas Muhammadiyah Malang
2.	Debitta Nadia Arianti	202210040311052	Universitas Muhammadiyah Malang
3.	Ilmiati Sunardi	202410040110083	Universitas Muhammadiyah Malang
4.	Mardian Husaini	202210040311222	Universitas Muhammadiyah Malang
5.	Awwaluddin Nur	202210040311298	Universitas Muhammadiyah Malang
6.	Achmad Haidar Ro'ifi	202210040311160	Universitas Muhammadiyah Malang
7.	Novandha Aura Ramadhani	202210040311370	Universitas Muhammadiyah Malang
8.	Tasya Aisyiyah Maulidah	202210040311276	Universitas Muhammadiyah Malang
9.	Izza Dwi Rifta	202210040311328	Universitas Muhammadiyah Malang
10.	Marco Trisna Omar Farrasy	202310040311112	Universitas Muhammadiyah Malang
11.	Farhan Ryffi Radithya	202110040311314	Universitas Muhammadiyah Malang
12.	Alfiko Widyanto	202210040311272	Universitas Muhammadiyah Malang
13.	Tyo Bayu Satrio	202210040311044	Universitas Muhammadiyah Malang
14.	Febriani Auryan Ananda	202210040311152	Universitas Muhammadiyah Malang
15.	Ailda Putri Eka Yani	202210040311308	Universitas Muhammadiyah Malang
16.	Achmad Dzikwan El Abid	202110040311374	Universitas Muhammadiyah Malang
17.	Salsabila Saffana	202210040311107	Universitas Muhammadiyah Malang
18.	Nadyra Warda Nafisah	202210040311379	Universitas Muhammadiyah Malang
19.	Fauzi Akhiru Ramadhan	202210040311147	Universitas Muhammadiyah Malang
20.	Muhammad Hishni	202210040311355	Universitas Muhammadiyah Malang
21.	Ajwa Sakina Zhafirin	202210040311452	Universitas Muhammadiyah Malang

Malang , 9 Januari 2026
Dosen Pembimbing

Moch Fuad Nasvian, S.I.Kom., M.I.Kom.





Kampus I
Jl. Bawendro 1 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 561 203 (Hunting)
F: +62 341 466 435

Kampus II
Jl. Ronggolampi Bidadari No. 106 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 501 149 (Hunting)
F: +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tuguwatu No. 240 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 466 435
E: webmaster@umm.ac.id









BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI


UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG






BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : MUHAMMAD RIZA FAUZI
2. NIM : 202210040311306
3. program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Penelitian : OPINI NETIZEN PADA CITRA AQUA PASCA SIDAK KDM (ANALISIS TOPIK MODELLING, SENTIMEN DAN EMOSI)
6. Pembimbing : Moch Fuad Nasvian. M.I.Kom
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
20 September 2025	Bimbingan pertama kali saat kelas seminar proposal	
26 September 2025	Penentuan Isu dan Objek Penelitian	
3 Oktober 2025	Progress pengerjaan BAB I,II,III	
13 November 2025	Pengumpulan Data	
25 November 2025	Progress pengerjaan BAB IV	
12 Desember 2025	Revisi BAB I,II,III,IV	
5 Januari 2025	ACC BAB I,II,III,IV	
7 Januari 2026	Seminar Hasil	

Malang, 9 Januari 2026
Dosen Pembimbing,


Moch Fuad Nasvian. M.I.Kom

Kampus I
Jl. Brawijaya 1 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 861 201 (Building)
F: +62 341 861 202

Kampus II
Jl. Brawijaya (Kampus) No. 188 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 700 122 (Building)
F: +62 341 700 123

Kampus III
Jl. Raya Tenggaman No. 248 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 861 216 (Building)
F: +62 341 861 205
E: uadnasvian@umm.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

Muhammad Riza Fauzi, 202210040311306. Opini Netizen pada Citra Aqua Pasca Sidak KDM (Analisis *Topic Modeling*, Sentimen, dan Emosi) Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang. 2026.

Krisis komunikasi AQUA terjadi ketika Kang Dedi Mulyadi (KDM) melakukan inspeksi mendadak (sidak) ke pabrik Aqua di Subang, Jawa Barat, pada Oktober 2025. Temuan bahwa sumber air Aqua berasal dari sumur dalam, bukan mata air pegunungan seperti citra merek yang dikampanyekan, memicu polemik publik. Kontroversi meluas ke isu lingkungan dan sosial, termasuk kekhawatiran dampak eksploitasi air tanah dan pergeseran tanah. AQUA menanggapi dengan klarifikasi teknis dan keberatan atas istilah "sumur bor" yang digunakan KDM, yang dianggap merusak reputasi, KDM menolak untuk menarik pernyataannya demi menjaga integritas. Konflik kemudian berkembang menjadi pertarungan *framing* tentang kredibilitas dan kepercayaan. Penelitian ini bertujuan memetakan topik, sentimen, dan emosi dalam diskursus publik (komentar netizen di YouTube) terkait polemik KDM dan AQUA, serta menjelaskan mengapa wacana krisis tersebut cepat menguat. Penelitian menggunakan *computational text analysis* pada 13.254 komentar YouTube dari tiga video populer dari akun portal berita yang terdaftar kedalam dewan pers Indonesia dengan periode 24 Oktober–17 November 2025. Data dikumpulkan melalui YouTube API dan diproses (deduplikasi, *tokenization*, *stopwords removal*, *stemming*, dll.). Analisis mencakup klasifikasi sentimen berbasis Transformer (IndoBERT, XLM-R, mBERT), deteksi emosi berbasis taksonomi Plutchik (8 kategori), serta *topic modeling* (LDA dan NMF dengan evaluasi koherensi). Hasil penelitian ini diskursus publik didominasi sentimen negatif (46,9%), disusul netral (36,8%) dan positif (16,3%). Emosi negatif utama yang muncul adalah *anger*, *disgust*, dan *fear*, mencerminkan kemarahan moral, kekecewaan terhadap dugaan manipulasi, dan kekhawatiran ancaman. Namun, analisis temporal menunjukkan emosi positif *joy* dan kepercayaan (*trust*) juga menonjol secara konsisten, mengindikasikan ruang ekspresi dukungan dan humor di tengah kontroversi. *Topic modeling* mengungkap tiga topik dominan: (1) isu lingkungan (kekhawatiran dampak eksploitasi air tanah dan kerusakan ekologis), (2) isu kepercayaan konsumen (ketidaksihonestan antara klaim iklan dan praktik perusahaan). Dalam perspektif *Rhetorical Arena Theory* (RAT), krisis ini berkembang sebagai arena retorik multisuara di mana publik, figur politik, dan perusahaan saling berkompetisi membentuk definisi masalah. Dominasi sentimen negatif serta emosi marah dan jijik memperlihatkan negosiasi klaim dan delegitimasi yang intens di ruang publik digital. Dari sudut pandang *Social-Mediated Crisis Communication* (SMCC), figur KDM berperan sebagai pemantik krisis dan penyebar informasi, sementara respon Aqua berupaya meredakan melalui klarifikasi dan rujukan ilmiah. Kombinasi RAT dan SMCC menjelaskan mengapa wacana cepat menguat, interaksi influencer, publik, dan sifat media sosial mempercepat penyebaran informasi, memperkuat posisi yang berseberangan, dan membentuk opini kolektif yang sulit diubah hanya dengan klarifikasi teknis. Polemik Aqua vs KDM di YouTube merupakan krisis komunikasi digital yang ditandai diskursus publik kritis dan beragam emosi. Penggunaan analisis teks komputasional berhasil memetakan dinamika ini, memberikan wawasan bagi praktisi PR untuk menyusun strategi komunikasi krisis yang mempertimbangkan isu utama, sentimen dominan, dan spektrum emosi publik.

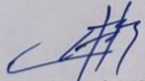
Kata Kunci: opini netizen; komunikasi krisis; YouTube; *sentiment analysis*; emosi; *topic modeling*; *Rhetorical Arena Theory*; *Social-Mediated Crisis Communication*

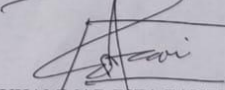
Mengetahui,

Malang, 9 Januari 2026

Dosen Pembimbing.

Peneliti.


Moch Fuad Nasvian, S.I.Kom., M.I.Kom.


MUHAMMAD RIZA FAUZI

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, penulis mengucapkan syukur atas kehadiran-Nya. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW. Berkat rahmat Allah SWT, penulis akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini yang berjudul “Opini Netizen Pada Citra Aqua Pasca Sidak Kdm (Analisis Topik Modelling, Sentimen Dan Emosi)” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan berkah kemudahan dan kelancaran bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE., M.Si selaku rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Bapak Moch Fuad Nasvian, S.I.Kom., M.I.Kom. Selaku dosen pembimbing, yang dengan sabar memberikan arahan, saran, dan motivasi selama proses penulisan skripsi ini.
4. Para dosen dan seluruh staf pengajar di program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman berharga selama proses perkuliahan.
5. Orang Tua saya tercinta bapak Mujita dan Ibu Sri Wulan yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral, serta kasih sayangnya, dan selalu mendukung tiada henti langkah penulis dalam perjalanan akademik dan social penulis.
6. Kakak saya tercinta alm. Alga Rivaldi, semoga doa dan amal ibadah baik selalu mengalir kepada beliau, yang selalu memberikan arahan, teguran, dan nasihat kepada saya dalam setiap langkah penulis.

7. Seluruh teman-teman Prisma Creative yang sudah menemani penulis dalam setiap proses tumbuhkembang penulis dan tidak pernah lelah untuk mengingatkan memberikan evaluasi, masukan kepada penulis untuk menjadi pribadi yang lebih baik lagi.
8. Haifa Az Zahra Malik, Debitta Nadia Arianti, dan Novandha Aura Ramadhani, yang telah bersedia menemani proses penulis untuk tumbuh dan belajar bersama dari PR 1, PR 2 dan PR 3.
9. Seluruh keluarga besar HIMAKOM UMM yang telah memberikan ruang bagi penulis untuk berkembang di dalam organisasi internal kampus.
10. Seluruh teman-teman kelas G Angkatan 2022, dan salah satu mahasiswinya yang selalu memotivasi, menemani, menasehati dan memberikan warna kepada kehidupan perkuliahan penulis dengan kekompakannya, keseruannya, sehingga memberikan kesan yang tak terlupakan.
11. Teman-teman satu bimbingan mas nasvian yang selalu mengajak dan memotivasi penulis untuk selalu konsisten bimbingan dan pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan naskah skripsi ini.
12. Kepada Maman Fvndy, Mahesa Music, Simpatie Music yang telah menemani penulis untuk mengerjakan naskah ini hingga selesai.
13. Orang-orang di sekitar penulis yang belum mampu disebutkan disini, terima kasih telah memberikan banyak pelajaran hidup yang berharga sehingga membuat penulis mampu bertahan hingga detik ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi substansi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif dari pembaca demi perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya dalam bidang riset media sosial. Penulis berharap, karya ini dapat memberikan sumbangan pemikiran serta wawasan kepada para pembaca yang tertarik pada topik ini.

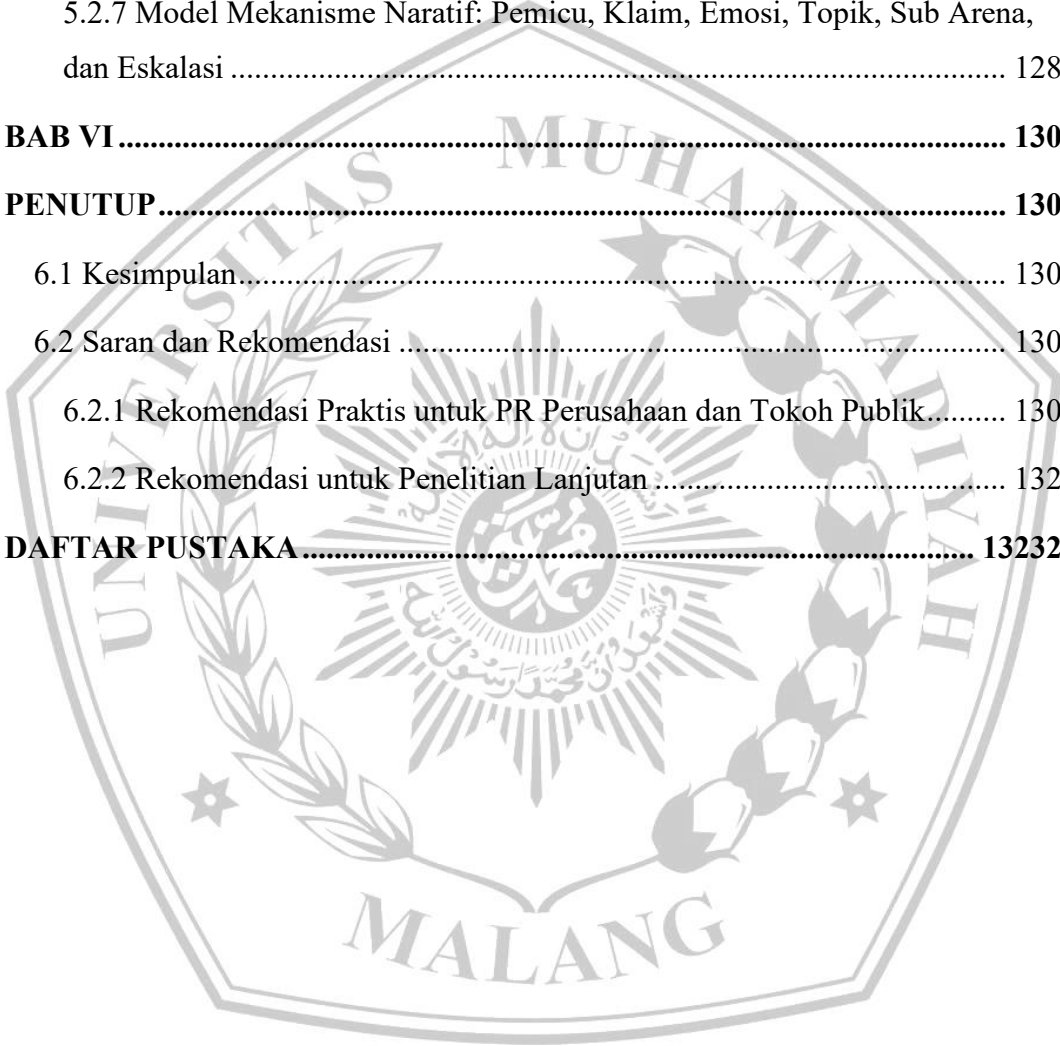
DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR KETERANGAN LULUS	ii
SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA	iii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI	v
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH	vi
LEMBAR PERSETUJUAN BEBAS PLAGIASI.....	vii
HASIL CEK PLAGIASI	viii
BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....	ix
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	xi
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Akademis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	7

2.1 Kajian Teoritis/Konseptual.....	7
2.1.1 Transformasi Teori Komunikasi Krisis dalam Ekosistem Digital.....	7
2.1.2 Dinamika Krisis dalam Perspektif Rhetorical Arena Theory (RAT)	9
2.1.3 Dinamika Krisis dalam Perspektif Social Mediated Crisis Communication (SMCC).....	12
2.1.4 YouTube sebagai Arena Kontestasi Wacana dan Ruang Publik Afektif	14
2.1.5 Analisis Teks Komputasional sebagai Metode untuk Memetakan Wacana Kontestasi.....	17
2.2 Kerangka Berpikir	18
2.3 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3.1. Maulana, Fajar, Rando, Hastuti, Zaitullah, and Ferizka (2025)	19
2.3.2. Sun, Dan & Li, Yiping (2024).....	20
2.3.3. Lee, Jae-Joon & Kim, Jongwoo & Lee, Soo-Kyoung (2024).....	21
BAB III.....	22
METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian	22
3.2 Populasi dan Sampel	22
3.2.1 Populasi Penelitian.....	22
3.2.2 Unit analisis	22
3.3 Prosedur Pengumpulan Data	23
3.4 Teknik Pengumpulan Data	23
3.5 Teknik Analisis Data	24
3.6 Validitas dan Reliabilitas.....	25
3.7 Batasan Penelitian	25
BAB IV	27

ANALISIS DAN PEMBAHASAN TEMUAN PENELITIAN	27
4.1 Profil dan Dinamika Diskursus Publik: Sebuah Gambaran Umum	27
4.1.1 Statistik Dasar dan Kualitas Data:	27
4.1.2 Dinamika Temporal Perhatian Publik:	36
4.1.3 Evolusi Kompleksitas Bahasa Publik:	42
4.2 Kontestasi Naratif: Memetakan Frame dan Topik Dominan	47
4.2.1 Struktur Topik Utama:	47
4.3 Dimensi Afektif: Spektrum Emosi dalam Publik Digital.....	84
4.3.1 Peta Emosi Kolektif:.....	84
4.3.2 Dinamika dan Relasi Emosi.....	97
4.4 Evaluasi Metodologis dan Validitas Temuan.....	107
4.4.1 Kinerja dan Reliabilitas Model.....	107
BAB V.....	121
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	121
5.1 Hasil Penelitian.....	121
5.1.1 Deskripsi Data dan Tahap Preprocessing	121
5.1.2 Distribusi Sentimen Publik	121
5.1.3 Profil Emosi Publik.....	121
5.1.4 Kata Dominan dan Fokus Diskursus	122
5.1.5 Topik Dominan pada Diskursus Publik	122
5.1.6 Diferensiasi Sub Arena pada Tiga Video	123
5.2 Pembahasan	123
5.2.1 Teori RAT: Krisis sebagai Arena Retoris yang Dipenuhi Banyak Suara	123
5.2.2 Multivokalitas, Klaim, dan Kontestasi Legitimasi	124

5.2.3 Emosi sebagai Penguat Klaim dan Pemicu Polarisasi.....	124
5.2.4 Teori SMCC: Produksi, Konsumsi, dan Penyebaran Informasi Krisis.....	125
5.2.5 Integrasi RAT dan SMCC untuk Menjelaskan Mengapa Wacana Cepat Terbetuk.....	126
5.2.6 Keterkaitan Temuan dengan Tujuan Penelitian dan Manfaat Praktis.....	127
5.2.7 Model Mekanisme Naratif: Pemicu, Klaim, Emosi, Topik, Sub Arena, dan Eskalasi.....	128
BAB VI.....	130
PENUTUP.....	130
6.1 Kesimpulan.....	130
6.2 Saran dan Rekomendasi.....	130
6.2.1 Rekomendasi Praktis untuk PR Perusahaan dan Tokoh Publik.....	130
6.2.2 Rekomendasi untuk Penelitian Lanjutan.....	132
DAFTAR PUSTAKA.....	13232



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 - Visualisasi Kerangka Berpikir	18
Gambar 4.1 - Visualisasi Dampak Preprocessing	27
Gambar 4.2 - Visualisasi Word Cloud	28
Gambar 4.3 - Visualisasi Word Cloud dan Word Freq Before Preprocessing	30
Gambar 4.4 - Visualisasi Word Cloud dan Word Freq After Preprocessing .	31
Gambar 4.5 - Visualisasi Summary Statistics	33
Gambar 4.6 - Visualisasi Summary Statistics	35
Gambar 4.7 - Visualisasi Trend Volume Komentar Harian	36
Gambar 4.8 - Visualisasi Moving Average Volume Komentar	37
Gambar 4.9 - Visualisasi Distribusi Jumlah Komentar	38
Gambar 4.10 - Visualisasi Dampak Preprocessing	40
Gambar 4.11 - Visualisasi Evolusi Kekayaan Kosakata	42
Gambar 4.12 - Visualisasi Perkembangan Kata Unik	43
Gambar 4.13 - Visualisasi Top Keywords	45
Gambar 4.14 - Visualisasi Number of Topics	47
Gambar 4.15 - Visualisasi Ko-Okurensi Netral	48
Gambar 4.16 - Visualisasi Ko-Okurensi Positive.....	50
Gambar 4.17 - Visualisasi Ko-Okurensi Negative	52
Gambar 4.18 - Visualisasi Ko-Okurensi Semua Komentar.....	54
Gambar 4.19 - Visualisasi Trigrams Negative	56
Gambar 4.20 - Visualisasi Trigrams Positive.....	57
Gambar 4.21 - Visualisasi Trigrams Semua Komentar	59
Gambar 4.22 - Visualisasi Trigrams Netral.....	60
Gambar 4.24 - Visualisasi Distribusi Sentiment Score per Topic	62
Gambar 4.24 - Visualisasi Sentiment Score per Topic.....	64
Gambar 4.25 - Visualisasi Word Cloud per Sentiment	65
Gambar 4.26 - Visualisasi Topic	67
Gambar 4.27 - Visualisasi Distribusi Sentiment	69
Gambar 4.28 - Visualisasi Trend Sentiment Harian.....	71

Gambar 4.29 - Visualisasi Rata-rata Sentiment Score Harian	72
Gambar 4.30 - Visualisasi Penggunaan Lexicon per Sentiment	74
Gambar 4.31 - Visualisasi Panjang Komentar vs Intensitas Emosi	76
Gambar 4.32 - Visualisasi Panjang Komentar vs Sentimen.....	78
Gambar 4.33 - Visualisasi Heatmap Korelasi	80
Gambar 4.34 - Visualisasi Bubble Chart.....	82
Gambar 4.35 - Visualisasi Trend Emosi Dominan.....	84
Gambar 4.36 - Visualisasi Plutchik Radar Chart.....	87
Gambar 4.37 - Visualisasi Distribusi Emosi Dominan	89
Gambar 4.38 - Visualisasi Emosi Dominan	91
Gambar 4.39 - Visualisasi Perbandingan Ukuran Lexicon	93
Gambar 4.40 - Visualisasi Ukuran Lexicon Emosi	94
Gambar 4.41 - Visualisasi Violin Plot Distribusi Panjang Komentar per Sentiment	96
Gambar 4.42 - Visualisasi Heatmap Korelasi Sentiment Emosi.....	97
Gambar 4.43 - Visualisasi Heatmap Korelasi Antar Emosi	99
Gambar 4.44 - Visualisasi Violin Plot Distribusi Intensitas per Emosi	101
Gambar 4.45 - Visualisasi Rata-Rata Intensitas Emosi.....	103
Gambar 4.46 - Visualisasi Korelasi Sentimen dan Emosi.....	105
Gambar 4.47 - Visualisasi Distribusi Confidence Score	107
Gambar 4.48 - Visualisasi Analisis Confidence vs Estimasi Akurasi.....	109
Gambar 4.49 - Visualisasi Perbandingan High vs Low Confidence Data	111
Gambar 4.50 - Visualisasi Reliability Model	113
Gambar 4.51 - Visualisasi Distribusi Sentiment per Tingkat Confidence	115
Gambar 4.52 - Visualisasi Distribusi Confidence Score	117
Gambar 4.53 - Visualisasi Estimasi Realistik Performa Model	119

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, A. P., & Sapto, A. (2020). Incivility and disrespectfulness in online political discussion. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*. <https://doi.org/10.20473/MKP.V33I32020.278-285>
- Alrasheedy, M. N., Muniyandi, R. C., & Fauzi, F. (2022, October 6). Text-based emotion detection and applications: A literature review. *International Conference Control and Robots*. <https://doi.org/10.1109/ICCR56254.2022.9995902>
- Anastasei, I.-D., & Georgescu, M. (2020). Automated vs manual content analysis: A retrospective look. *Scientific Annals of Economics and Business*. <https://doi.org/10.47743/SAEB-2020-0025>
- Advertising and public relations: An analytical approach*. (2024). *Revista de Management Comparat Internațional*. <https://doi.org/10.24818/rmci.2024.5.875>
- Asmal, I., Hayati, A., Suryani, S., & Nadjmi, N. (2025). Adaptive stilt housing and socio-ecological resilience in coastal settlements under urbanization pressure. *Civil Engineering Journal*. <https://doi.org/10.28991/CEJ-2025-011-10-011>
- Austin, L., Liu, B. F., & Jin, Y. (2012). How audiences seek out crisis information: Exploring the social mediated crisis communication model. *Journal of Applied Communication Research*, 40(2), 188–207.
- Banisch, S., Gaisbauer, F., & Olbrich, E. (2022). Modelling spirals of silence and echo chambers by learning from the feedback of others. *Entropy*, 24(10), 1484. <https://doi.org/10.3390/e24101484>
- Banys-Paluchowski, M., Rubio, I. T., Ditsch, N., Krug, D. A., Gentilini, O., & Kühn, W. (2023). Real de-escalation or escalation in disguise? *The Breast*, 69, 249–257. <https://doi.org/10.1016/j.breast.2023.03.001>
- Binokular. (2025, 31 Oktober). *Gaduh konten Dedi Mulyadi mencoreng reputasi Aqua*. <https://binokular.net/2025/10/31/gaduh-konten-dedi-mulyadi-mencoreng-reputasi-aqua/>
- Böl, G.-F. (2021). The COVID-19 pandemic: Agile versus blundering communication during a worldwide crisis: Important lessons for efficient

communication to maintain public trust and ensure public safety. *EMBO Reports*, 22(6). <https://doi.org/10.15252/EMBR.202153182>

Buitendag, N. (2024). Media and political meaning in a post-truth world. *Soziale Systeme*. <https://doi.org/10.1515/sosys-2024-0012>

Castro Herrera, L., Majchrzak, T. A., Thapa, D., & Thapa, D. (2021). Ecosystem of social media listening practices for crisis management. https://doi.org/10.1007/978-3-030-85447-8_59

Cheng, Y. (2020). The social mediated crisis communication research: Revisiting dialogue between organizations and publics in crises of China. *Public Relations Review*, 46(1), 101769.

Danone Aqua. (2024, November 13). Fakta di balik sumber air Aqua: Klarifikasi atas disinformasi di media sosial. <https://www.aqua.co.id/fakta-di-balik-sumber-air-aqua-klarifikasi-atas-disinformasi-di-media-sosial>

Danner, H., & Menapace, L. (2020). Using online comments to explore consumer beliefs regarding organic food in German-speaking countries and the United States. *Food Quality and Preference*. <https://doi.org/10.1016/J.FOODQUAL.2020.103912>

Eriksson, M. (2018). Lessons for crisis communication on social media: A systematic review of what research tells the practice. *International Journal of Strategic Communication*, 12(5), 526–542.

Finlayson, A. (2020). YouTube and political ideologies: Technology, populism and rhetorical form. *Political Studies*. <https://doi.org/10.1177/0032321720934630>

Fulton-Babicke, H. (2021). Impediments to Productive Argument: Rhetorical Decay. *Rhetoric Society Quarterly*, 51(4), 276–292. <https://doi.org/10.1080/02773945.2021.1947512>

Frandsen, F., & Johansen, W. (2023). Corporate crisis management: Managing Covid-19 in Denmark, Norway, and Sweden. In B. Johansson, Ø. Ihlen, J. Lindholm, & M. Blach-Ørsten (Eds.), *Communicating a pandemic: Crisis management and Covid-19 in the Nordic countries* (pp. 173–194). Nordicom, University of Gothenburg. <https://doi.org/10.48335/9789188855688-8>

- Goswami, B., Bhavsar, N., Alzobidy, S., Lavanya, B. L., Udhayakumar, R., & Rajapandian, K. (2025). Sentiment analysis using natural language processing. <https://doi.org/10.1002/9781394272464.ch20>
- Grobelscheg, L., Śliwa, K., Kušen, E., & Strembeck, M. (2022, November 29). On the dynamics of narratives of crisis during terror attacks. *International Conference on Social Networks Analysis, Management and Security*. <https://doi.org/10.1109/SNAMS58071.2022.10062580>
- Gross, J. H., & Nestor, D. (2024). Algorithmic text analysis. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780192868282.013.45>
- He, C., He, L., Lu, T., & Li, B. (2021). Beyond entertainment: Unpacking danmaku and comments' role of information sharing and sentiment expression in online crisis videos. <https://doi.org/10.1145/3479555>
- Haugh, M. (2024). Online public denunciation as recursive social practice. *Internet Pragmatics*. <https://doi.org/10.1075/ip.00105.hau>
- Hockett, M. A. (2019). *Get one million views overnight!: How YouTube influences the creation and reception of documentary film*.
- Holford, D. L., Fasce, A., Lewandowsky, S., Hahn, U., Abels, C. M., Al-Rawi, A., Bruns, H., Gilde, C., Hanel, P. H. P., Herzog, S. M., Kause, A., Nurse, M. S., Pescetelli, N., Petrescu, M. V., Sah, S., Schmid, P., Sirota, M., & Wulf, M. (2023). Science communication as a collective intelligence endeavor: A manifesto and examples for implementation. *Science Communication*. <https://doi.org/10.1177/10755470231162634>
- Jelodar, H., Wang, Y., Yuan, C., Feng, X., Jiang, X., Li, Y., & Zhao, L. (2019). Latent Dirichlet allocation (LDA) and topic modeling: Models, applications, a survey. *Multimedia Tools and Applications*. <https://doi.org/10.1007/S11042-018-6894-4>
- KBK News. (2024, November 15). Aqua mint klarifikasi soal sumur bor, Dedi Mulyadi: Saya harus jaga integritas. <https://www.kbknews.id/aqua-minta-klarifikasi-soal-sumur-bor-dedi-mulyadi-saya-harus-jaga-integritas/>
- Khan, M. K., & Jhaver, S. (2025). Pin of shame: Examining inappropriate comments pinned by news channels on YouTube. *arXiv*.

- Khomsah, S., & Aribowo, A. S. (2020). Text-preprocessing model YouTube comments in Indonesian. <https://doi.org/10.29207/RESTI.V4I4.2035>
- Kubin, E., Merz, P., Wahba, M., Davis, C., Gray, K., & von Sikorski, C. (2024). Understanding news-related user comments and their effects: A systematic review. *Frontiers in Communication*, 9, 1447457. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1447457>
- Levordashka, A., Fraser, D. S., & Gilchrist, I. D. (2023). Measuring real-time cognitive engagement in remote audiences. *Dental Science Reports*, 13(1). <https://doi.org/10.1038/s41598-023-37209-7>
- Limatius, L., & Koskela, M. (2024). Voices in the rhetorical arena: Managing government crisis communication in an energy crisis. *Media & viestintä*.
- Liu, B. F., Jin, Y., Austin, L., Kuligowski, E. D., & Young, C. E. (2020). The social-mediated crisis communication (SMCC) model: Identifying the next frontier (pp. 214–230). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429330650-19>
- Liu, H., Wang, L., Wang, J., Ming, H., Wu, X., Xu, G., & Zhang, S. (2024). Multidimensional spatial inequality in China and its relationship with economic growth. *Humanities & Social Sciences Communications*. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03961-y>
- Maier, C. D., Pflug, V. R., Johansen, W., & Frandsen, F. (2022). Smoldering crises: Discursive struggles and legitimation in the rhetorical arena of organizational crises [Accepted manuscript]. Aarhus University.
- Matias, A. R., & Cardoso, L. (2023). Crisis communication: Theoretical perspectives and dynamics of a complex concept. *Visual Review*, 10(Monográfico), 1–15. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v10.4597>
- Mediyawati, N., Sutomo, R., Nusantara, S. B., & Overbeek, M. V. (2024). UTAPIS Indonesian Word Error Detection Application: Design and Development. *Indonesian Journal of Computer Science*.
- Marcelli, M., Piermattei, V., Gerin, R., Brunetti, F., Pietrosevoli, E., Addo, S., Boudaya, L., Coleman, R., Olubunmi, N., Rick, J., Sarker, S., Sohau, Z., Zennaro, M., Whiltshire, K. H., Crew, T. O., & Crise, A. (2021). Toward the widespread application of low-cost technologies in coastal ocean observing (Internet of things

for the ocean). *Mediterranean Marine Science*.

<https://doi.org/10.12681/mms.25060>

Meyners, M., & Hasted, A. (2021). On the applicability of ANOVA models for CATA data. *Food Quality and Preference*.

<https://doi.org/10.1016/J.FOODQUAL.2021.104219>

Mukerjee, S., & Shen, C. (2024). The antecedents and manifestations of political polarization in visual media: Key questions and future directions. *Political Communication*. <https://doi.org/10.1080/10584609.2024.2446348>

Pleyers, G. (2020). The pandemic is a battlefield: Social movements in the COVID-19 lockdown. *Journal of Civil Society*.

<https://doi.org/10.1080/17448689.2020.1794398>

Rasmussen, J., & Ihlen, Ø. (2017). Risk, crisis, and social media: A systematic review of seven years' research. *Nordicom Review*, 38(2), 1–17.

Röchert, D., Neubaum, G., Ross, B., Brachten, F., & Stieglitz, S. (2020). Opinion-based homogeneity on YouTube: Combining sentiment and social network analysis. <https://doi.org/10.5117/CCR2020.1.004.ROCH>

Susilo, J., Baihaky, R., Asmara, A., Herdono, I., Fatmawati, Wulandari, H., Firmansyah, M. A., Anwar, R., & Sina, P. (2025). *Komunikasi digital: Tren dan tantangan di era 5.0*. PT Star Digital Publishing.

Stoltenberg, D. (2021). Issue Spatiality: A Conceptual Framework for the Role of Space in Public Discourses. *Media and Communication*, 9(3), 5–15.

<https://doi.org/10.17645/MAC.V9I3.3958>

Singh, S., & Vij, C. (2023, May 5). Sentiment analysis dashboard for social media comments using BERT. <https://doi.org/10.1109/InCACCT57535.2023.10141803>

Soriano, C. R. R., & Gaw, F. (2021). Platforms, alternative influence, and networked political brokerage on YouTube. *Convergence*.

<https://doi.org/10.1177/13548565211029769>

Stewart, E., & Hartmann, D. (2020). The new structural transformation of the public sphere. *Sociological Theory*. <https://doi.org/10.1177/0735275120926205>

- Sudaman, Y. (2025, November 14). Respons Aqua usai viral pabriknya disidak Dedi Mulyadi. *DetikJabar*. <https://www.detik.com/jabar/berita/d-8174358/respons-aqua-usai-viral-pabriknya-disidak-dedi-mulyadi>
- Sun, Y., Yuan, N., & Li, J. (2024). Influence of strategic crisis communication on public opinion based on YouTube video comments: A case study of the conflict between Didi Global and its drivers. *Behavioral Sciences*, 14(8), 719. <https://doi.org/10.3390/bs14080719>
- Synergistic effects of television news and social media platforms*. (2024). *Media and Communication Research*. <https://doi.org/10.23977/mediacr.2024.050222>
- Tække, J. (2017). Media, organizations and crisis communication: A rejoinder to the debate on social media and crisis communication. *Systems Research and Behavioral Science*, 34(2), 160–173. <https://doi.org/10.1002/sres.2451>
- Tanesini, A. (2021). Passionate Speech: On the Uses and Abuses of Anger in Public Debate. *Royal Institute of Philosophy Supplement*, 89, 153–176. <https://doi.org/10.1017/S1358246121000047>
- Tempo. (2024, November 18). Poin-poin sanggahan Aqua soal sumber air yang dipersoalkan Dedi Mulyadi. *Tempo.co*. <https://www.tempo.co/ekonomi/poin-poin-sanggahan-aqua-soal-sumber-air-yang-dipersoalkan-dedi-mulyadi-2083279>
- Tursun, M., & Aksu, İ. (2022). System dynamics approach and its usage in social sciences. *Pamukkale University Journal of Social Sciences Institute*. <https://doi.org/10.30794/pausbed.1107306>
- Vedres, B. (2022). Multivocality and robust action dynamics in political discourse. *Poetics*, 90, 101576–101576. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2021.101576>
- Waller, T. (2020). *Personal brand reputation management* (pp. 123–139). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-43744-2_8
- Wang, C., & Lu, D. (2020, December 14). A review of the brand crisis in the context of social media. <https://doi.org/10.2991/AEBMR.K.201211.113>
- Wu, F., & Kee, T. (2025). Smart urban forecasting: AdvancedNet’s AI-driven approach to housing price prediction in prefecture-level cities. *Urban, Planning and Transport Research*. <https://doi.org/10.1080/21650020.2025.2598533>

Ying, Z., Xie, Y., Chen, K., Wang, J., & Zhang, C. (2022, July 8). Application and research of text analysis in public digital model of energy industry.

<https://doi.org/10.1109/ACEEE56193.2022.9851823>

