

Strategi Komunikasi Grup Musik Hivi! Dalam Memperkenalkan Vokalis Baru Melalui Media Sosial Youtube

Acih Sari¹, Rawit Sartika², Faris Saputra Dewa³, Keriyono⁴

^{1,2,3,4} Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia

Email: [1aci.asc@bsi.ac.id](mailto:aci.asc@bsi.ac.id); [2rawit.rwk@bsi.ac.id](mailto:rawit.rwk@bsi.ac.id); [3faris.fsu@bsi.ac.id](mailto:faris.fsu@bsi.ac.id); [4keriyono.kro@bsi.ac.id](mailto:keriyono.kro@bsi.ac.id)

INFORMASI ARTIKEL

Histori Artikel

Dikirimkan:

22 Desember 2025

Direvisi:

26 Desember

Diterima:

7 Januari 2026

Diterbitkan:

13 Januari 2026

Abstrak – Grup musik HiVi! melakukan pergantian vokalis setelah Neida Aleida memutuskan untuk keluar dari HiVi! dan Keisha Cinantya ditunjuk sebagai personel baru yang mengisi posisi vokalis. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisa strategi komunikasi grup musik HiVi! dalam memperkenalkan vokalis baru melalui media sosial YouTube. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan menganalisis sebanyak enam buah video yang berkaitan dengan proses pergantian vokalis, mulai dari pengunduran diri Neida Aleida, pencarian vokalis baru, hingga pengumuman dan pengenalan Keisha Cinantya sebagai vokalis baru HiVi! yang diunggah melalui saluran resmi YouTube @sayhivi mulai bulan Oktober 2024 hingga Juli 2025. Terdapat beberapa video dengan format siaran pers digital yang digunakan untuk memberikan pesan yang jelas dan dapat dijadikan sebagai referensi oleh media massa dalam membuat berita yang terkait dengan HiVi!. Terdapat juga video pengenalan yang dikemas dengan parodi, dan video yang menjelaskan profil Keisha Cinantya sebagai vokalis baru HiVi!. Semua video yang telah diunggah melalui saluran resmi YouTube @sayhivi memiliki pesan yang berbeda namun saling berkaitan antara satu video dengan video lainnya.

Kata Kunci

Strategi Komunikasi

Digital,

Grup Musik,

Media Sosial.

Abstract - The music group HiVi! changed vocalists after Neida Aleida decided to leave HiVi! and Keisha Cinantya was appointed as the new member to fill the vocalist position. The purpose of this study is to analyze the communication strategy of the music group HiVi! in introducing a new vocalist through YouTube social media. The method used is qualitative with a descriptive approach, with analyzing six videos related to the vocalist replacement process, starting from Neida Aleida's resignation, the search for a new vocalist, to the announcement and introduction of Keisha Cinantya as the new vocalist of HiVi! which were uploaded through the official YouTube channel @sayhivi from October 2024 to July 2025. There are several videos with a digital press release format that are used to convey a clear message and can be used as a reference by the mass media in creating news related to HiVi!. There is also an introductory video packaged with a parody, and a video explaining the profile of Keisha Cinantya as the new vocalist of HiVi!. All videos uploaded through the official YouTube channel @sayhivi have different messages but are interconnected between one video and another.

Corresponding Author:

Acih Sari, Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia. aci.asc@bsi.ac.id

PENDAHULUAN

HiVi! adalah sebuah grup musik yang berasal dari Jakarta, yang sudah eksis di dunia musik Indonesia sejak tahun 2009. Formasi awal HiVi! terdiri dari empat orang, yaitu Ilham Aditama (vokal), Dalila Azkadiputri (vokal), Febrian Nindyo (gitar), dan Ezra Mandira (gitar). Album pertama berjudul *Say Hi! To HiVi!* dirilis tahun 2012 oleh label rekaman Universal Music Indonesia, lagu-lagu dalam album ini diterima dengan baik oleh pecinta musik di Indonesia, bahkan lagu "Orang Ketiga" dan "Curi-Curi" mendapat kepercayaan untuk menjadi soundtrack pada film Indonesia berjudul "Cinta Brontosaurus" yang rilis pada tahun 2013. Selain album, HiVi! juga merilis single pada tahun 2015 dengan judul "Siapkah Kau 'Tuk Jatuh Cinta Lagi" dan "Sama-Sama Tahu" bersama label rekaman Seven Music.

HiVi! berganti vokalis setelah Dalila Azkadiputri mengundurkan diri pada Maret 2016. Posisi vokalis digantikan oleh Neida Aleida. HiVi! merilis beberapa single dan akhirnya menjadi album kedua dengan judul "Kereta Kencan" pada 23 Februari 2017. Kehadiran Neida sebagai vokalis HiVi! diterima dengan baik oleh para penggemar, karena beberapa lagu seperti "Pelangi", "Remaja", dan "Mata ke Hati (Acoustic Version)" sukses menjadi lagu Indonesia yang banyak didengar melalui aplikasi Spotify di tahun 2016 hingga 2018. Bersama Neida, album "Kereta Kencan" juga sukses meraih penghargaan Album of The Year pada ajang Indonesian Choice Award 2018 yang diselenggarakan oleh stasiun televisi NET.

Pada 13 November 2019, HiVi! merilis album ketiga "Ceritera". Terdapat beberapa lagu yang dikemas ulang, seperti lagu "Pemuda" yang merupakan lagu ciptaan Candra Darusman yang pernah dipopulerkan oleh Chaseiro pada tahun 1979. Selain album, HiVi! juga aktif merilis single dan melakukan kolaborasi bersama musisi lainnya. Pada tahun 2022, HiVi! berhasil meraih penghargaan dari Anugerah Musik Indonesia sebagai Artis Jazz Kontemporer Terbaik lewat lagu "Memori" yang merupakan kolaborasi bersama Ify Alyssa, Gerald Situmorang, dan Sri Hanuraga.

Pada tahun 2021, HiVi! merilis lagu "Cerita Dunia Maya #MakinCakapDigital" yang merupakan hasil kerjasama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) yang mendukung kampanye Gerakan Nasional Literasi Digital yang mendukung dan menyebarkan konten positif di media sosial. Kolaborasi HiVi! bersama musisi lain cukup intensif dilakukan. Dalam kurun waktu 2022-2024 saja, HiVi! sudah melakukan kolaborasi bersama musisi dan grup musik ternama seperti Yovie Widianto, Endang Soekamti, Project Pop, RAN, Katon Bagaskara, dan Fariz RM.

Ezra Mandira memutuskan untuk mengundurkan diri dari HiVi! pada Oktober 2023. Kondisi ini membuat HiVi! hanya tersisa tiga personel saja. HiVi! kembali berganti vokalis setelah Neida Aleida juga memutuskan untuk mengundurkan diri pada akhir tahun 2024. Posisi Neida digantikan oleh Keisha Cinantya mulai tahun 2025.

Pergantian vokalis dalam sebuah grup musik harus disosialisasikan dengan baik agar kehadirannya dapat diterima dengan baik oleh para penggemar. Tidak jarang band yang berganti vokalis, justru sulit untuk kembali ke masa kejayaan yang pernah diraih bersama vokalis sebelumnya. Karena vokalis lama dan vokalis baru memiliki ciri khas dan karakter vokal yang berbeda. Dewa 19 termasuk grup musik yang karya musiknya tetap diterima dengan baik meskipun sempat berganti vokalis dari Ari Lasso ke Once Mekel (Kusharsanto, 2024).

Siaran pers (press release) adalah sebuah tulisan ataupun rekaman yang ditujukan langsung pada media dengan tujuan untuk mengumumkan sesuatu yang memiliki nilai berita agar terpublikasi di media massa. Siaran pers adalah informasi yang dibuat serta disusun oleh PR suatu industri, organisasi, ataupun lembaga, dengan tujuan memberi informasi kepada publik melalui media massa, baik secara daring maupun luring (Akbar et al., 2021).

Peran humas dalam industri hiburan turut mengalami pergeseran signifikan dari sekadar distribusi siaran pers menuju pengelolaan citra melalui platform digital. Dalam industri film, strategi konten yang relevan dengan tren terkini menjadi kunci dalam meningkatkan keterlibatan serta membangun loyalitas penonton terhadap film yang dipromosikan (Widjajanto & Astuti, 2021).

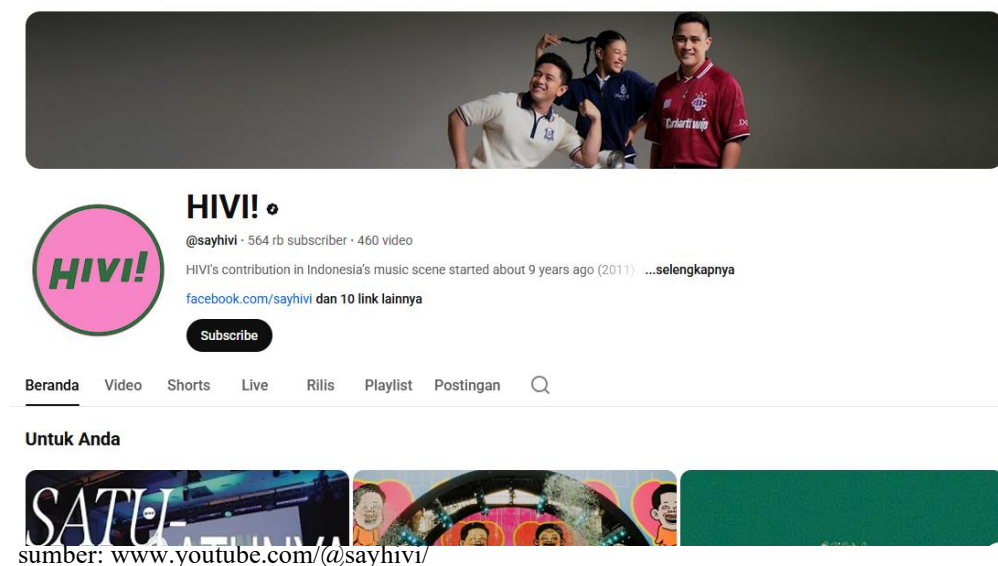
HiVi! memanfaatkan media sosial untuk berinteraksi dengan penggemarnya, HiVi! menggunakan beberapa media sosial seperti Facebook, Twitter/X, Instagram, TikTok, dan YouTube. Penelitian ini akan mengkaji bagaimana grup musik HiVi! mengoptimalkan YouTube sebagai media untuk mempublikasikan

siaran pers dalam rangka memperkenalkan vokalis baru. Mulai dari publikasi mengenai mundurnya Neida sebagai vokalis, hingga proses pengenalan Keisha kepada publik sebagai vokalis baru HiVi!.

METODE PENELITIAN

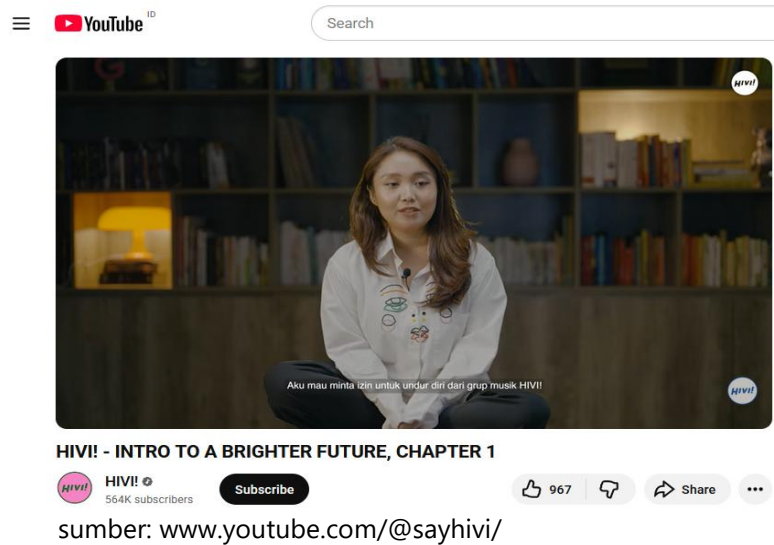
Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan penelitian adalah metode yang digunakan oleh peneliti dalam mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas masalah yang diajukan. Karakteristik pendekatan kualitatif adalah berupa penjelasan fenomena secara naratif, merupakan identifikasi topik yang bersifat umum, luas, dan tematik (Vanderstoep dan Johnson, 2008). Penelitian deskriptif adalah penelitian berpola menggambarkan sesuatu yang terjadi di lapangan dan berupaya menggambarkan data secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta dari suatu peristiwa serta sifat-sifat tertentu, atau mencoba menggambarkan fenomena secara detail (Sudjarwo, 2001). Penelitian dilakukan dengan meneliti beberapa video yang di unggah oleh HiVi! terkait pergantian vokalis melalui media sosial YouTube yang di unggah mulai Oktober 2024 hingga Juli 2025. Terdapat 6 unggahan video yang berkaitan dengan proses pergantian vokalis HiVi! yang akan dibahas dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. Halaman utama saluran resmi YouTube dari grup musik HiVi!

HiVi! memiliki saluran YouTube resmi (www.youtube.com/@sayhivi) yang sudah ada sejak tahun 2010, dengan 564 ribu subscriber. HiVi! menggunakan saluran YouTube ini sebagai media untuk terhubung secara langsung dengan para penggemar. Dalam saluran YouTube resmi ini, HiVi! berbagi kegiatan yang berkaitan dengan musik seperti video klip (music video), dan penampilan secara langsung (live performance). Selain itu, HiVi! juga membagikan keseruan para personel diluar kegiatan musik dalam kegiatan video blog (vlog) yang diberi judul "Hi-Vlog".



Gambar 2. Video yang diunggah oleh grup musik HiVi! melalui saluran resmi YouTube @sayhivi

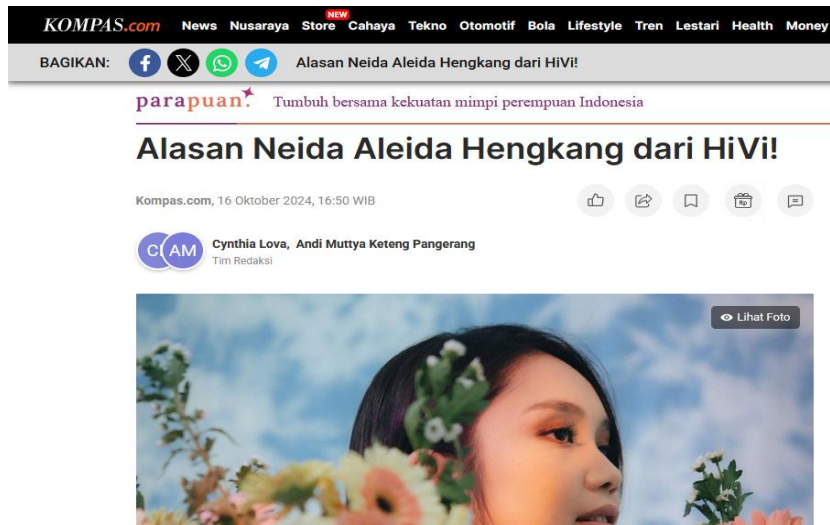
HiVi! mengunggah sebuah video melalui saluran resminya @sayhivi dengan judul "HIVI! – INTRO TO A BRIGHTER FUTURE, CHAPTER 1" pada 16 Oktober 2024. Dalam video berdurasi 2 menit dan 10 detik ini, berisi pernyataan dari vokalis HiVi!, Neida Aleida, yang memutuskan untuk mengundurkan diri dari HiVi! dan masih menjadi bagian dari band hingga akhir tahun 2024. Video ini sudah dilihat sebanyak 12.524 kali, disukai oleh 967 akun, dan terdapat 290 komentar. Video ini merupakan bentuk siaran pers yang dilakukan oleh HiVi! untuk menjelaskan kepada penggemar mengenai keputusan yang diambil oleh Neida.

Siaran pers yang dipublikasikan pada saluran YouTube resmi merupakan upaya yang dilakukan oleh manajemen band HiVi! sebagai pernyataan resmi yang dapat diakses oleh semua publik, mulai dari penggemar, pers, dan publik lainnya yang ingin mengetahui kebenaran mengenai informasi yang diberikan. Selain HiVi!, kelompok atau lembaga lainnya juga mulai memanfaatkan YouTube sebagai media untuk publikasi kegiatan siaran pers dalam format gambar bergerak dan suara. Persatuan Sepakbola Seluruh Indonesia (PSSI) menggunakan saluran YouTube resmi mereka untuk publikasi siaran pers terkait pemecatan pelatih Tim Nasional Sepakbola Indonesia (Wibowo, 2025).



sumber: www.cnnindonesia.com

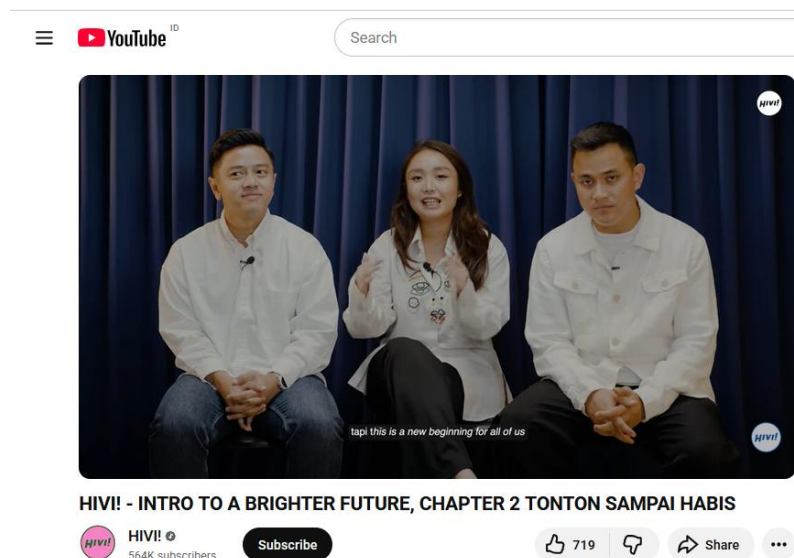
Gambar 3. Berita yang dipublikasikan oleh CNN Indonesia Neida Aleida yang keluar dari grup musik HiVi!



sumber: www.kompas.com

Gambar 4. Berita yang dipublikasikan oleh Kompas mengenai alasan Neida Aleida keluar dari grup musik HiVi!

Model siaran pers digital seperti ini, selain mempermudah media massa dalam mendapatkan sumber berita yang terpercaya, juga mempermudah publik dalam memeriksa validitas informasi ditengah maraknya berita palsu (*hoax*) yang kerap beredar di masyarakat. Sebelumnya, kegiatan siaran pers hanya terbatas dalam bentuk teks atau gambar saja. Dengan adanya media sosial seperti YouTube, siaran pers digital dalam bentuk audio visual dapat disebarluaskan melalui saluran YouTube resmi dan dijadikan sebagai referensi yang valid.



sumber: www.youtube.com

Gambar 5. Video yang diunggah oleh grup musik HiVi! melalui saluran resmi YouTube @sayhivi

HiVi! mengunggah video yang berjudul "HIVI! – INTRO TO A BRIGHTER FUTURE, CHAPTER 2 TONTON SAMPAI HABIS" pada 16 Oktober 2024, yaitu hari yang sama dengan pengumuman pengunduran diri Neida sebagai vokalis. Pada video ini, tiga personel band (Ilham, Febrian, dan Neida) ada dalam video. Ilham dan Febrian meminta para penggemar untuk mendukung keputusan yang telah diambil oleh Neida, dan mengkonfirmasi bahwa HiVi! akan terus eksis. Ilham dan Febrian juga mengajak kepada para penggemar untuk membantu HiVi! mendapatkan vokalis baru yang memiliki karakter suara yang sesuai dengan warna musik HiVi! dan membuka kesempatan kepada siapa saja untuk menjadi vokalis perempuan sebagai pengganti Neida. Video ini dilihat sebanyak 10.727 kali, mendapatkan 719 suka, dan 460 komentar.

Dari kedua video ini, terdapat upaya dari grup musik HiVi! untuk menjelaskan bahwa Neida Aleida keluar karena keinginan pribadi, bukan karena paksaan dari pihak internal, dan sekaligus menegaskan bahwa tidak ada konflik di dalam internal grup musik HiVi! Meskipun dalam video ini juga secara tidak langsung menggambarkan bahwa HiVi! belum benar-benar siap ditinggalkan oleh Neida, sehingga membuka kesempatan kepada siapapun untuk mengisi posisi yang akan ditinggalkan oleh Neida per tanggal 1 Januari 2025.



Gambar 6. Video yang diunggah oleh grup musik HiVi! melalui saluran resmi YouTube @sayhivi

HiVi! mengunggah video dengan judul "HIVI! – LIVE ANNOUNCEMENT 5 JANUARI 2025". Dalam video ini terdapat dua personel HiVi! yang tersisa, yaitu Ilham dan Febrian. Diawali dengan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang sudah mendukung HiVi!, lalu proses seleksi vokalis baru, dan diumumkan Keisha Cinantya sebagai vokalis baru HiVi! oleh Ilham dan Febrian. Video ini telah dilihat sebanyak 7.730 kali, mendapatkan 153 suka, dan mendapatkan 15 komentar. Video pengumuman ini juga termasuk bentuk siaran pers digital, karena memuat informasi penting yang berkaitan dengan HiVi! yang disampaikan secara langsung oleh personel band sebagai representatif dari HiVi!, sehingga video ini dapat menjadi referensi bagi media massa untuk membuat berita terkait vokalis baru HiVi!



sumber: www.beautynesia.id

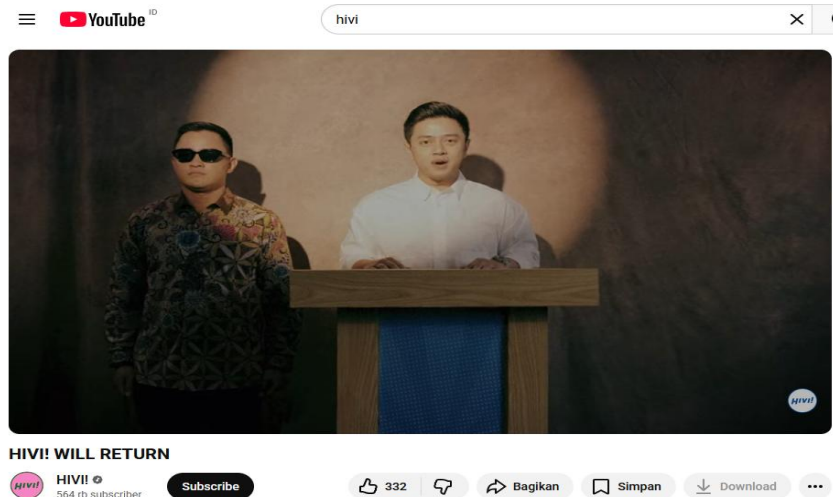
Gambar 7. Berita yang dipublikasikan oleh Beautynesia tentang profil Keisha Cinantya sebagai vokalis baru HiVi!



sumber: www.suara.com

Gambar 8. Berita yang dipublikasikan oleh Suara tentang profil Keisha Cinantya sebagai vokalis baru HiVi!

Beberapa portal berita menulis artikel mengenai Keisha Cinantya setelah Ilham dan Febrian mengumumkan namanya sebagai vokalis baru HiVi! pada video siaran pers digital yang dipublikasikan pada saluran YouTube resmi HiVi!. Siaran pers digital yang diunggah oleh grup musik HiVi! melalui saluran YouTube resmi mereka dapat dijadikan sebagai sumber referensi yang valid.



sumber: www.youtube.com

Gambar 9. Video yang diunggah oleh grup musik HiVi! melalui saluran resmi YouTube @sayhivi

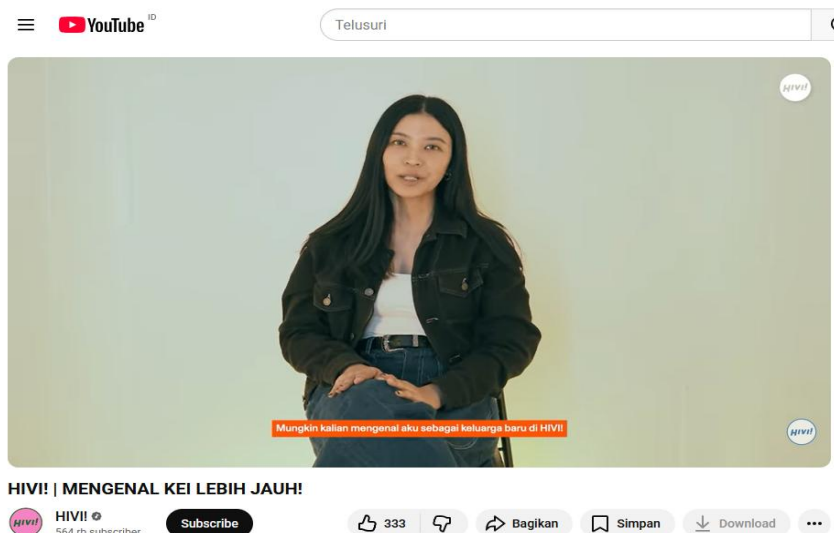
HiVi! mengunggah video pada 30 Juni 2025 dengan judul "HIVI! WILL RETURN". Video yang dikemas dengan gaya parodi ini menampilkan beberapa gaya peresmian ala lembaga pemerintahan yang sempat ramai beberapa waktu yang lalu, dan menampilkan Keisha Cinantya yang menandatangani batu peresmian sebagai personel HiVi! yang baru. Video ditutup dengan tulisan "HIVI! WILL RETURN" yang berarti "HiVi! akan kembali". Video ini dilihat sebanyak 4.254 kali, disukai oleh 332 akun, dan terdapat 61 komentar pada video ini. Adapun makna pada video ini yaitu HiVi! akan kembali berkarya dengan Keisha sebagai vokalis baru. Video ini berjarak hampir 6 bulan sejak pengumuman pertama Keisha Cinantya sebagai vokalis HiVi! pada 5 Januari lalu. Pesan utama dari video ini adalah penegasan bahwa HiVi! akan kembali, yang dikemas dengan konsep parodi. Adanya media sosial seperti YouTube memungkinkan grup musik HiVi! untuk mempublikasikan video parodi ini, sehingga dapat dinikmati dan dikenal luas oleh masyarakat (Rahmanissa et al., 2023). Selain memperkenalkan Keisha secara *online*, HiVi! juga memperkenalkan personel barunya dalam kegiatan langsung/*off-air* seperti acara konser musik.



sumber: www.youtube.com

Gambar 10. Video yang diunggah oleh grup musik HiVi! melalui saluran resmi YouTube @sayhivi

HiVi! mengunggah video pada 18 Juli 2025 dengan judul "HIVI! NEW ERA" yang berarti "Era Baru HiVi!" dalam bahasa Indonesia. Dalam video terlihat para personel grup musik HiVi! sedang melakukan sesi foto bersama di sebuah studio foto. Video ini telah dilihat sebanyak 7.733 kali dan disukai oleh 379 akun, dan terdapat 40 komentar. Video berdurasi 2 menit dan 30 detik ini menunjukkan Keisha sudah terlihat sangat akrab dengan Ilham dan Febrian, meskipun baru beberapa bulan bergabung dengan grup musik HiVi!.



sumber: www.youtube.com

Gambar 11. Video yang diunggah oleh grup musik HiVi! melalui saluran resmi YouTube @sayhivi

HiVi! mengunggah sebuah video dengan judul "HIVI! MENGENAL KEI LEBIH JAUH!" pada 24 Juli 2025. Video ini lebih berfokus kepada sosok Keisha Cinantya, mulai dari latar belakangnya, aktivitas sebelum bergabung dengan grup musik HiVi!, dan sisi lain dari Keisha sebagai seorang ibu dengan satu orang anak. Video ini sudah dilihat sebanyak 6.201 kali, disukai oleh 333 akun, dan terdapat 19 komentar. Keisha Cinantya memang sudah diperkenalkan sebagai vokalis baru dari grup musik HiVi! pada 5 Januari 2025, namun adanya video ini juga sebagai upaya dari manajemen agar penggemar bisa mengenal personel baru mereka lebih jauh dan lebih dalam lagi.

Secara keseluruhan, terdapat 6 buah video yang diunggah melalui saluran YouTube resmi HiVi! mengenai pergantian vokalis, mulai dari pengumuman pengunduran diri Neida Aleida, upaya pencarian vokalis baru, pengumuman Keisha Cinantya sebagai vokalis baru HiVi!, hingga video profil dari Keisha Cinantya. Proses komunikasi yang disampaikan oleh grup musik HiVi! melalui saluran YouTube resminya dilakukan secara bertahap dan berurutan, dengan proses yang mencapai 9 bulan, mulai dari bulan Oktober 2024 hingga Juli 2025. Beberapa video bersifat siaran pers, yang dapat digunakan oleh media massa dan jurnalis sebagai referensi dalam pembuatan berita yang berkaitan dengan grup musik HiVi!. Masing-masing video yang diunggah memiliki pesan yang berbeda namun saling berkaitan. Grup musik HiVi! berusaha untuk menyampaikan pesan dengan rapi dan menarik, sebagai upaya menjaga hubungan baik dengan para penggemar.

Media sosial merupakan alat yang efektif dalam strategi komunikasi digital untuk membangun kepercayaan konsumen. Kepercayaan ini adalah elemen utama yang menentukan loyalitas, keterlibatan, dan keberlanjutan hubungan konsumen dengan merek (Pamungkas et al., 2024). Grup musik HiVi! adalah sebuah merek, jika dilihat dalam aspek bisnis karena grup musik dapat dipasarkan dan membutuhkan pemasaran agar penyelenggara kegiatan musik tertarik dan bersedia untuk menggunakan jasanya. HiVi! berusaha meyakinkan pihak-pihak yang ingin menggunakan jasa grup musik HiVi! bahwa pergantian vokalis tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap eksistensi dan musikalitas HiVi! yang sudah cukup lama eksis di dunia musik

Indonesia. Melalui video-video yang memperkenalkan Keisha Cinantya yang dipublikasikan melalui saluran YouTube resmi mereka, HiVi! berusaha meyakinkan seluruh publik eksternal bahwa vokalis baru ini sesuai dengan karakter dari grup musik HiVi! Sebelumnya HiVi! sudah pernah melakukan pergantian vokalis, ketika Dalila Azkadiputri keluar pada tahun 2016 dan digantikan oleh Neida Aleida. Kini, Neida yang memutuskan untuk keluar dari grup musik HiVi! dan digantikan oleh Keisha Cinantya.

KESIMPULAN

Berdasarkan video-video yang diunggah oleh grup musik HiVi! melalui akun resmi YouTube mereka terkait proses pergantian vokalis, dapat disimpulkan bahwa HiVi! melihat hal ini sebagai sesuatu yang penting dan harus dikomunikasikan dengan jelas agar tidak terjadi kesalahpahaman. Video dengan format siaran pers diharapkan mampu menjelaskan lebih dalam mengenai keputusan beberapa pihak, mulai dari keputusan Neida yang mengundurkan diri, lalu keputusan manajemen menunjuk Keisha sebagai vokalis baru HiVi!. Hampir seluruh video yang di unggah yang berkaitan dengan proses pergantian vokalis, dilengkapi dengan takarir (subtitle) meskipun video yang di unggah menggunakan Bahasa Indonesia. Penggunaan takarir berperan sebagai penjelas dan langkah antisipasi jika terdapat ucapan yang terdengar kurang jelas.

Siaran pers digital melalui media sosial YouTube telah membantu grup musik HiVi! untuk menyebarluaskan informasi yang berkaitan dengan mereka. Siaran pers digital yang dipublikasikan juga dapat dijadikan referensi yang benar dan dapat dipercaya oleh media massa. Melalui siaran pers digital, grup musik HiVi! juga dapat meminimalisir berita negatif dan berita hoax yang dapat merugikan dan merusak citra dari HiVi!.

REFERENSI

- Akbar, M. F., Evadianti, Y., & Asniar, I. (2021). *Public relations*. Ikatan Guru Indonesia.
- Kusharsanto, A. P. (2024). Tingkat Popularitas (Brand Awareness) Dan Kesukaan Terhadap Group Band Dewa 19 Menurut Generasi-Z (Gen-Z) Di Kawasan Solo Raya. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Syariah dan Teknologi*, 3(1), 290-298.
- Pamungkas, D. S., Saputra, I. B., & Laksana, A. (2024). Strategi komunikasi digital melalui media sosial untuk membangun kepercayaan konsumen. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 88-94.
- Rahmanissa, S. S., Sudjana, S., & Sudaryat, S. (2023). Konten Video Parodi pada Platform Digital dalam Perspektif Pelindungan Hak Cipta dan Doktrin Fair Use. *Al-Adl: Jurnal Hukum*, 15(1), 45-69.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2010). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sudjarwo, H. (2001). *Metodologi penelitian sosial*. Bandung: Mandar Maju.
- Vanderstoep, S. W., & Johnson, D. D. (2008). *Research methods for everyday life: Blending qualitative and quantitative approaches*. John Wiley & Sons.
- Wibowo, N. S. P. (2025) *Analisis Resepsi Khalayak Pada Tayangan Press Conference YouTube PSSI TV Mengenai Keputusan Pemecatan Shin Tae-yong Sebagai Pelatih Tim Nasional Sepak Bola Indonesia*. (Tugas Akhir (S1) - Thesis, Universitas Bakrie).
- Widjajanto, K., & Astuti, M. (2021). Profile Video Design of Film & Television Study Program as a Promotional Media & Persuasion on Prospective Students of Widyatama University. *Review of International Geographical Education Online*, 11(6).