

# Pengaruh Komunikasi Internal Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Garuda Daya Pratama Sejahtera

Thalitha Rahma

Universitas Bina Sarana Informatika

mail korespondensi: thalita.rahmaa@yahoo.com

**Abstrak** - Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi internal terhadap kinerja karyawan di PT. Garuda Daya Pratama Sejahtera. Latar belakang masalah menunjukkan adanya komunikasi internal yang belum optimal di perusahaan tersebut, yang berpotensi berdampak negatif pada kinerja karyawan. Menggunakan pendekatan kuantitatif statistik, penelitian ini mengambil sampel sebanyak 70 karyawan. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis dengan uji hipotesis simultan. Hasil penelitian membuktikan bahwa komunikasi internal memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di PT. Garuda Daya Pratama Sejahtera. Ini ditunjukkan oleh nilai Fhitung sebesar 28,180 yang lebih besar dari Ftabel 3,13, serta nilai signifikansi 0,000 yang kurang dari 0,05. Temuan ini konsisten dengan teori dan penelitian terdahulu, menegaskan bahwa komunikasi internal yang efektif merupakan investasi strategis untuk meningkatkan kinerja individu dan organisasi.

**Kata Kunci:** Komunikasi Internal, Kinerja Karyawan, PT Garuda

**Abstract** - This study aims to analyze the effect of internal communication on employee performance at PT. Garuda Daya Pratama Sejahtera. The background of the problem shows that internal communication in the company is not yet optimal, which has the potential to negatively impact employee performance. Using a quantitative statistical approach, this study sampled 70 employees. Data were collected through a questionnaire and analyzed with a simultaneous hypothesis test. The results of the study prove that internal communication has a positive and significant effect on employee performance at PT. Garuda Daya Pratama Sejahtera. This is indicated by the F-calculated value of 28.180, which is greater than the F-table value of 3.13, and a significance value of 0.000, which is less than 0.05. These findings are consistent with previous theories and research, confirming that effective internal communication is a strategic investment to improve individual and organizational performance.

**Keywords:** Internal Communication, Employee Performance, PT. Garuda

## 1. Pendahuluan

Komunikasi internal yang belum optimal merupakan permasalahan inti yang menjadi landasan penelitian ini di PT Garuda Daya Pratama Sejahtera. Meskipun dampak dari komunikasi yang tidak efektif telah banyak terlihat di berbagai perusahaan—seperti krisis keuangan yang dialami PT Waskita Karya akibat kurangnya transparansi atau tantangan operasional di PT Indofood Sukses Makmur Tbk—permasalahan serupa juga secara spesifik dan menonjol terjadi di perusahaan ini.

Ketidakjelasan dalam penyampaian informasi dan instruksi menjadi salah satu manifestasi utama dari masalah ini, yang menyebabkan kebingungan di kalangan pegawai. Kondisi ini secara langsung berdampak pada pemahaman mereka terhadap tugas dan tanggung jawab, yang pada akhirnya memengaruhi efektivitas kerja secara keseluruhan. Selain itu, kurangnya umpan balik yang konstruktif dan apresiasi terhadap pencapaian pegawai juga melemahkan motivasi kerja dan komitmen mereka.

Permasalahan komunikasi yang tidak efektif ini juga menimbulkan potensi konflik internal dan inefisiensi dalam proses kerja. Akibatnya, hal ini secara langsung dan tidak langsung berdampak negatif pada kinerja pegawai serta efektivitas operasional perusahaan secara menyeluruh. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi secara mendalam bagaimana komunikasi internal yang belum optimal di PT Garuda Daya Pratama Sejahtera secara langsung memengaruhi kinerja pegawainya.



Komunikasi merupakan proses penyampaian informasi, data, atau pesan yang disertai dengan pemahaman antara satu individu dengan individu lainnya (Yusuf & Nurul Hasanah, 2022). Proses ini menjadi elemen fundamental dalam kehidupan manusia, baik dalam konteks personal maupun sosial. Salah satu bentuk komunikasi yang paling sering terjadi dalam interaksi manusia adalah komunikasi interpersonal, yang mencakup komunikasi antar pribadi dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam lingkungan organisasi. Dalam konteks ini, komunikasi menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia, yang sejak awal sudah terbentuk melalui interaksi dalam kelompok primer seperti keluarga, dan kemudian berkembang ke kelompok sekunder seperti institusi pendidikan, tempat kerja, organisasi keagamaan, hingga komunitas minat tertentu.

Komunikasi internal merupakan komunikasi yang terjadi di antara orang-orang yang berada dalam suatu perusahaan (Munthe & Tiorida, 2020). Komunikasi internal dan eksternal merupakan bagian dari sistem komunikasi organisasi yang saling bergantung satu sama lain. Salah satu tujuan dari komunikasi internal adalah untuk membantu anggota organisasi dalam menjalankan pekerjaannya dengan baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi internal menjadi subjek kajian yang penting, karena setiap organisasi memiliki konten, struktur, dan manajemen komunikasi yang berbeda-beda.

Kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya (Pally et al., 2023). Kinerja yang baik merupakan langkah menuju tercapainya tujuan individu dan biasanya digunakan sebagai dasar penilaian terhadap pegawai atau individu. Lebih lanjut, kinerja organisasi dapat diartikan sebagai akumulasi kemampuan karyawan dalam mencapai tujuan bersama organisasi, yang tercermin dari kombinasi antara kemampuan, usaha, dan peluang yang dimiliki karyawan dalam menyelesaikan pekerjaannya (Pally et al., 2023).

## **2. Metode Penelitian**

Paradigma positivisme memahami komunikasi sebagai proses linier searah, di mana pengirim pesan (komunikator/encoder) secara aktif merancang dan menyampaikan stimulus kepada penerima (komunikan/decoder) yang bersifat pasif (Jamil, 2025). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis desain survei eksplanatori (explanatory survey). Desain ini dipilih karena bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel independen, yaitu komunikasi internal, terhadap variabel dependen, yaitu kinerja karyawan. Survei eksplanatori memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data secara sistematis dari responden yang menjadi sampel penelitian, sehingga dapat dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Metode ini dianggap paling sesuai karena memungkinkan peneliti memperoleh data primer secara efisien dari sampel yang mewakili populasi karyawan di perusahaan yang diteliti. Selain itu, pendekatan ini memungkinkan analisis yang obyektif terhadap hubungan antar variabel melalui teknik uji statistik seperti regresi linier sederhana. Penggunaan desain penelitian ini juga relevan untuk mencapai tujuan penelitian, yaitu mengetahui seberapa besar pengaruh komunikasi internal terhadap kinerja karyawan dalam suatu organisasi. Dengan demikian, desain survei eksplanatori memberikan kerangka kerja yang tepat untuk mengkaji fenomena secara kuantitatif dan menjelaskan keterkaitan antar variabel berdasarkan data yang terukur..

## **3. Hasil dan Pembahasan**

### **Uji Asumsi Klasik**

#### **Uji Normalitas**

Uji ini dilakukan sebagai cara penulis ini untuk menentukan apakah nilai residual dari setiap sampel berdistribusi dengan normal, dilakukan uji normalitas menggunakan metode statistik. Uji ini membandingkan signifikansi dengan nilai ambang  $> 0,05$  untuk menentukan apakah distribusi residual normal.

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test     |                         |                         |
|----------------------------------------|-------------------------|-------------------------|
|                                        |                         | Unstandardized Residual |
| N                                      | 70                      |                         |
| Normal                                 | Mean                    | 0,0000000               |
| Parameters <sup>a,b</sup>              | Std. Deviation          | 5,29508312              |
| Most                                   | Absolute                | 0,134                   |
| Extreme                                | Positive                | 0,101                   |
| Differences                            | Negative                | -0,134                  |
| Test Statistic                         | 0,134                   |                         |
| Asymp. Sig. (2-tailed)                 | .003 <sup>c</sup>       |                         |
| Monte Carlo                            | Sig.                    | .142 <sup>d</sup>       |
| Sig. (2-tailed)                        | 99% Confidence Interval | Lower 0,133             |
|                                        |                         | Upper 0,151             |
| a. Test distribution is Normal.        |                         |                         |
| b. Calculated from data.               |                         |                         |
| c. Lilliefors Significance Correction. |                         |                         |
| Olah Data 2025                         |                         |                         |

Dari hasil uji normalitas terlihat nilai signifikan  $0,142 > 0,05$  maka hal ini berarti nilai residual berdistribusi normal

a. Uji Multikolinearitas

| Coefficients <sup>a</sup>               |                     |                             |            |                           |       |       |                         |       |
|-----------------------------------------|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|-------------------------|-------|
| Model                                   |                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig.  | Collinearity Statistics |       |
|                                         |                     | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       | Tolerance               | VIF   |
| 1                                       | (Constant)          | 23,950                      | 3,528      |                           | 6,788 | 0,000 |                         |       |
|                                         | Komunikasi Internal | 0,464                       | 0,087      | 0,541                     | 5,308 | 0,000 | 1,000                   | 1,000 |
| a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan |                     |                             |            |                           |       |       |                         |       |
| Olah Data 2025                          |                     |                             |            |                           |       |       |                         |       |

Berdasar pada Tabel multikolinearitas di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel komunikasi internal memiliki nilai toleransi  $1,00 > 0,01$  dan nilai VIF  $1,00 < 10$ . Dari keterangan diatas dapat diketahui bahwa tidak terdapat multikolinearitas pada variabel komunikasi internal

b. Uji Heteroskedastisitas

| Coefficients <sup>a</sup>      |                     |                             |            |                           |        |       |
|--------------------------------|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
| Model                          |                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig.  |
|                                |                     | B                           | Std. Error | Beta                      |        |       |
| 1                              | (Constant)          | 8,058                       | 2,064      |                           | 3,904  | 0,000 |
|                                | Komunikasi Internal | -0,097                      | 0,051      | -0,224                    | -1,898 | 0,062 |
| a. Dependent Variable: ABS_RES |                     |                             |            |                           |        |       |
| Olah Data 2025                 |                     |                             |            |                           |        |       |

Berlandaskan pada tabel mengenai heteroskedastisitas di atas, terlihat jelas nilai signifikan pada variabel Komunikasi Internal adalah  $0,06 > 0,05$ . Poin intinya, dapat diketahui bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 2. Uji Statistik

### a. Analisis Regresi Linear

| Coefficients <sup>a</sup> |                     |                             |            |                           |       |
|---------------------------|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|
| Model                     |                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | Sig.  |
|                           |                     | B                           | Std. Error | Beta                      |       |
| 1                         | (Constant)          | 23,950                      | 3,528      |                           | 6,788 |
|                           | Komunikasi Internal | 0,464                       | 0,087      | 0,541                     | 5,308 |

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Olah Data 2025

Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi linear berganda diatas maka didapatkan persamaan rumus regresi berganda sebagai berikut.

$$Y = 23,950 + 0,464X_1$$

Persamaan regresi diatas menjelaskan bahwa:

- Nilai konstan positif sebesar 23,950 artinya jika komunikasi internal tetap tidak berubah, kinerja karyawan akan mencapai 23.950.
- Koefisien variabel komunikasi internal 0,464 menunjukkan setiap peningkatan satu satuan dalam variabel komunikasi internal akan terjadi peningkatan kinerja karyawan sebesar 0,464.

### b. Uji t Parsial

| Coefficients <sup>a</sup> |                     |                             |            |                           |       |
|---------------------------|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|
| Model                     |                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | Sig.  |
|                           |                     | B                           | Std. Error | Beta                      |       |
| 1                         | (Constant)          | 23,950                      | 3,528      |                           | 6,788 |
|                           | Komunikasi Internal | 0,464                       | 0,087      | 0,541                     | 5,308 |

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Olah Data 2025

Variabel Komunikasi Internal menunjukan nilai t hitung sebesar 5.308 > t tabel 1.99, dengan nilai signifikan 0,000 < 0.05. Oleh karena itu, yang berarti variabel komunikasi internal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, sehingga  $H_a$  diterima.

### c. f Simultan

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |        |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|
| Model              |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      |
| 1                  | Regression | 801,727        | 1  | 801,727     | 28,180 |
|                    | Residual   | 1934,615       | 68 | 28,450      |        |
|                    | Total      | 2736,343       | 69 |             |        |

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

b. Predictors: (Constant), Komunikasi Internal

Olah Data 2025

Melihat hasil uji F diatas diketahui bahwa nilai signifikan 0,00 < 0.05 dan nilai F hitung 28,180 > Ftabel 3.13 maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Komunikasi Internal memiliki pengaruh secara keseluruhan terhadap Kinerja Karyawan yang berarti  $H_a$  diterima.

## 4. Kesimpulan

Penelitian ini membuktikan bahwa konten edukatif yang disampaikan oleh dr. Tirta melalui TikTok berpengaruh signifikan terhadap penerimaan informasi pola hidup sehat pada Generasi Z di Brothers Gym Karawang. Hasil analisis menunjukkan bahwa sebesar 29% variasi penerimaan informasi dapat dijelaskan oleh paparan konten edukatif, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor eksternal lain. Hal ini menegaskan relevansi teori *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R), dimana stimulus berupa konten kesehatan mampu memengaruhi respons audiens dalam memahami dan menerima pesan.

Faktor yang berkontribusi dalam meningkatkan penerimaan informasi meliputi kredibilitas komunikator, relevansi isi pesan dengan kehidupan sehari-hari, serta karakteristik media sosial yang mendukung penyebaran informasi secara cepat dan mudah diakses. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa media sosial tidak hanya berperan sebagai sarana hiburan, tetapi juga memiliki fungsi strategis sebagai medium komunikasi kesehatan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan memperluas variabel yang diteliti, seperti faktor motivasi, literasi digital, dan pengaruh lingkungan sosial, agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai penerimaan informasi kesehatan di kalangan generasi muda.

## 5. Referensi

- Abdullah, M. F., Noor, A. M., Teh, W. H. W., Zahari, M. A. M., & Ismail, M. (2024). Cultural Imperialism and Popular Culture: Unveiling the Influence of Salmah Ismail @ Saloma in the Federation of Malaya. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 40(1), 17–42. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2024-4001-02>
- Aliyu, A. A., Bello, M. U., Kasim, R., & Martin, D. (2014). Positivist and non-positivist paradigm in social science research: Conflicting paradigms or perfect partners. *J. Mgmt. & Sustainability*, 4, 79.
- Ansari, J. A. N., & Khan, N. A. (2020). Exploring the role of social media in collaborative learning the new domain of learning. *Smart Learning Environments*, 7(1). <https://doi.org/10.1186/s40561-020-00118-7>
- Arisanty, M., Riady, Y., Permatasari, S. M., & Wiradharma, G. (2023). Edukasi Literasi Informasi Dalam Media Sosial Sebagai Wujud Kampanye Netizen Bijak, Cerdas, Kritis dan Inisiator Konten Positif. *GENDIS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 57–67. <https://doi.org/10.56724/gendis.v1i2.231>
- Cahyani, F. I. (2023). Efektifitas Media Sosial Instagram Terhadap Sikap dan Pencegahan HIV/AIDS. In *Universitas Muhammadiyah Malang*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Tamilmani, K., & Raman, R. (2020). A meta-analysis based modified unified theory of acceptance and use of technology (meta-UTAUT): a review of emerging literature. *Current Opinion in Psychology*, 36, 13–18. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.03.008>
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4.
- Fitriani, Y. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(4), 1006–1013. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i4.609>
- Gusti Grehenson. (2024). *Yuk Jaga Pola Hidup Sehat, Aktivitas Fisik 30 Menit dan Mengurangi Minuman Manis*. Universitas Gadjah Mada. [https://ugm.ac.id/id/berita/yuk-jaga-pola-hidup-sehat-aktivitas-fisik-30-menit-dan-mengurangi-minuman-manis/?utm\\_source=chatgpt.com](https://ugm.ac.id/id/berita/yuk-jaga-pola-hidup-sehat-aktivitas-fisik-30-menit-dan-mengurangi-minuman-manis/?utm_source=chatgpt.com)
- Hartono, J. M., Luik, J., & Goenawan, F. (2021). Studi Komparatif: Pesan Komunikasi Pemasaran pada Postingan Instagram Healthy Catering di Indonesia. *Jurnal E-Komunikasi*, 9(2).
- Ikram, M., & Kenayathulla, H. B. (2022). Out of touch: comparing and contrasting positivism and interpretivism in social science. *Asian Journal of Research in Education and Social Sciences*, 4(2), 39–49.
- Islam, J. U., & Rahman, Z. (2021). Using the S-O-R Framework to Understand Consumers' Response to Short-Video Marketing Content. *MDPI Sustainability Journal*.
- Junita, L., Hadi, I. P., & Monica, V. (2020). Efektivitas Pesan Instagram Food Blogger di Generasi Milenial Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, 8(2), 1–10.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Lalang, A. C., Christianto, H., & Selly, J. B. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (A. Munandar (ed.)). Media Sains Indonesia.

- Liu, W. (2024). Examining the impact of social media's educational content on adolescent social value formation. *Journal of Computational Methods in Sciences and Engineering*, 25(2).
- Makmur, R., Kuswamo, E., Novianti, E. V. I., & Sjafirah, N. A. (2019). Intercultural communication and mutualistic relationship between the Chinese and the Minangnese in Padang, West Sumatra, Indonesia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 35(4), 244–257. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2019-3504-15>
- Mutmainnah, & Saleh, R. (2024). Analisis Komunikasi Pendidikan pada Pengembangan Konten Pembelajaran Smart School Dinas Pendidikan Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Komunikasi*, 17(1).
- Nurhaida, N., Marzuki, M., & Rahmawati, R. (2024). Literasi Media dan Penerimaan Informasi Kesehatan di Kalangan Remaja. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 15–28.
- Oktavia, S., Tjahjo, J. D. W., & Goenawan, F. (2021). Sikap Followers terhadap Pesan Iklan Halal Sushi Tei Indonesia di Instagram. *Jurnal E-Komunikasi*, 9(2).
- Oktaviani Alam, S. (2024). *Tips sehat dan bugar ala dr Tirta, olahraga hingga terapkan pola makan seimbang*. [https://health.detik.com/kebugaran/d-7584846/tips-sehat-dan-bugar-ala-dr-tirta-olahraga-hingga-terapkan-pola-makan-seimbang?utm\\_source=chatgpt.com](https://health.detik.com/kebugaran/d-7584846/tips-sehat-dan-bugar-ala-dr-tirta-olahraga-hingga-terapkan-pola-makan-seimbang?utm_source=chatgpt.com)
- Puspaningrum, R., & Widati, S. (2020). *Efektivitas Pesan Edukatif dalam Media Sosial*. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-komunikasi/article/view/33360>
- Rahmah, A. N., Rini, I. F., As-sabiq, W. N., Aghistna, D. R., & Syauqi, S. (2024). Strategi Efektivitas Konten Edukasi Melalui TikTok: Studi Kasus pada Akun @Raymondchins. *Merdeka Indonesia Journal International (MIJI)*, 4(2).
- Rahman, J. Z. A., & Dewi, P. A. R. (2025). Analisis Resepsi Followers Terhadap Pesan Kesehatan Seksual Akun Instagram @catwomanizer. *The Commercium*, 9(1), 223–233.
- Riyantini, R. (2023). Pesan Edukasi Promosi Kesehatan pada Iklan Layanan Masyarakat di Media Sosial. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(1), 181–190. <http://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom>
- Salsabila, C. H., & Fatoni, A. (2024). The Influence of Content Exposure and Information Quality on Instagram @dr.Tirta towards a Healthy Lifestyle (Study on Followers of dr. Tirta's Instagram Account). *Indonesian Journal of Interdisciplinary*, 2(2), 171–184.
- Septiady, E. (2024). *Subjek Penelitian: Definisi, Contoh, dan Perbedaannya dengan Objek Penelitian*. Portal Penelitian. [https://tsurvey.id/portal/subjek-penelitian-definisi-contoh-dan-perbedaannya-dengan-objek-penelitian?utm\\_source=](https://tsurvey.id/portal/subjek-penelitian-definisi-contoh-dan-perbedaannya-dengan-objek-penelitian?utm_source=)
- Silvia, S., & Paramita, S. (2019). Kredibilitas Komunikator Dalam Menyampaikan Pesan (Analisis Opini Generasi Milenial Pada Kepala Penerangan Kodam Jaya). *Koneksi*, 2(2), 569. <https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3938>
- Sintha, C. (2024). *Analisis Isi Pesan Edukasi Tentang Budaya Dayak Pada Akun Instagram @folksofdayak.1*. Springer Fachmedien Wiesbaden. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-45292-6\\_33](https://doi.org/10.1007/978-3-658-45292-6_33)
- Suhartanto, M. R., & M.A, T. S. (2022). PENGARUH PESAN EDUKASI COVID-19 DI INSTAGRAM DR. TIRTA TERHADAP POLA HIDUP SEHAT DI MASA PANDEMI (Survei pada Pengikut Akun Instagram @dr.tirta). *The Commercium*, 6(1).
- Valkenburg, P. M., Peter, J., & Walther, J. B. (2016). Media effects: Theory and research. *Annual Review of Psychology*, 67, 315–338. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-122414-033608>
- Wang, Y., Zhu, Y. Q., & Liu, J. (2021). The Mechanism of Short Video Marketing Influencing Consumers' Purchase Intention: A Perspective of the S-O-R Model. *Frontiers in Psychology*.
- Wibowo, R. (2020). *Dampak Visualisasi Digital dalam Edukasi Kesehatan*.

<https://journal.unair.ac.id/JPKM@dampak-visualisasi-digital-dalam-edukasi-kesehatan-article-19128-media-130-category-8.html>

Wijaya, M. K., Aritonang, A. I., & Tjahyana, L. J. (2022). Sikap Followers Instagram @kopikenangan.id Terhadap Isi Pesan Postingan Mengenai Produk Sultan Boba. *Jurnal E-Komunikasi*, 10(2).

Yuliana, F. N., & Rahayunianto, A. (2022). Isi Pesan Stop Body Shaming di Instagram @Kemenpppa Terhadap Perilaku Percaya Diri Followers. *Jurnal The Source*, 4(1)