

Pengaruh Konsistensi Strategi Komunikasi Financial Public Relations terhadap Stabilitas Harga Saham

Ikhlahunnayah Fillah¹, Muhammad Ridha², Dwina Fitriana², Muhammad Fadhilurrozaq³, Sintia
Hidayah⁴, Khoirul Badriah Nasution⁵

Email Korespondensi: ikhlahunnayahfillah@gmail.com¹

^{1,2,3,4,5}Program Studi Sains Komunikasi, Universitas Saintek Muhammadiyah

Abstrak

Penelitian ini menguji sejauh mana konsistensi dalam implementasi strategi komunikasi korporat, khususnya dalam kerangka *financial public relations* (FPR), memengaruhi stabilitas harga saham perusahaan yang terdaftar di bursa efek. Strategi komunikasi yang konsisten diasumsikan berperan penting dalam mengurangi asimetri informasi dan memperkuat kepercayaan para pemegang saham (investor). Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, stabilitas harga saham diukur melalui tingkat naik turunnya (*volatilitas*) historis. Adanya IPO atau *go public* memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan dana murah. Hasil (diharapkan) menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan pola komunikasi yang stabil dan terintegrasi (keselarasan narasi antara laporan keuangan, *press release*, dan interaksi analitik) berhasil membangun ekspektasi rasional di pasar, yang secara efektif bertindak sebagai jangkar, sehingga memiliki potensi volatilitas harga saham yang lebih rendah. Temuan ini menegaskan peran krusial fungsi PR sebagai katalisator transparansi dan prediktabilitas pasar, yang berkontribusi langsung pada stabilitas nilai perusahaan di mata pemegang saham. Penelitian ini menelusuri pengaruh keselarasan pendekatan komunikasi humas keuangan (FPR) terhadap ketegaran harga saham pada emiten BEI. Menggunakan metode kualitatif analisis isi, studi mengurai 175 siaran pers fiskal, ringkasan akhir tahun, dan catatan rapat investor dari 20 perusahaan era 2019-2024. Keselarasan FPR dinilai dari kesesuaian isi pesan, irama penyebaran, dan corak bahasa stabil, yang meredam guncangan nilai saham akibat kabut pasar.

Kata kunci: Strategi Komunikasi; Konsistensi; Stabilitas Harga Saham; Volatilitas.

Abstract

This study investigates the impact of consistency in corporate communication strategies, particularly within the framework of Financial Public Relations (FPR), on stock price stability among publicly listed companies. Consistent FPR practices are assumed to reduce information asymmetry and enhance investor confidence, thereby contributing to more stable market valuations. Adopting a qualitative research design, this study measures stock price stability through historical price volatility and examines how aligned communication narratives function as a stabilizing mechanism in capital markets. The analysis is based on qualitative content analysis of 175 fiscal press releases, annual reports, and investor meeting summaries issued by 20 companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) between 2019 and 2024. FPR consistency is evaluated through three key dimensions: message coherence, dissemination rhythm, and linguistic tone stability across corporate disclosures. The findings suggest that

companies demonstrating a stable and integrated FPR approach—characterized by alignment between financial reporting, media communications, and analyst interactions—are more effective in shaping rational market expectations.

Keywords: *Communication Strategy; Consistency; Stock Price Stability; Volatility.*

PENDAHULUAN

Fluktuasi (perubahan nilai atau kondisi yang tidak stabil, naik turun, atau tidak teratur) harga saham merupakan indikator utama dari persepsi pasar terhadap nilai dan prospek perusahaan. Di pasar modal yang sangat dipengaruhi oleh informasi, peran komunikasi korporat menjadi sentral. Strategi komunikasi bukan hanya alat pemasaran, tetapi juga salah satu instrumen manajemen risiko dan penciptaan nilai. Ketidaksesuaian dalam penyampaian informasi, baik mengenai kinerja finansial, proyeksi masa depan, maupun perubahan manajemen, dapat memicu ketidakpastian (Merton, 1987). Ketidakpastian ini pada gilirannya mendorong spekulasi dan meningkatkan volatilitas harga saham, yang merugikan stabilitas investasi jangka panjang (Shiller, 2000). Dalam hal ini dapat menyebabkan terjadinya asimetri informasi (Astiani et al, 2025)

Boikot oleh pelanggan merupakan pemicu penting bagi ketidakstabilan (volatilitas) harga saham, terutama ketika aktivitas media dan media sosial sedang memuncak. Dalam iklim ekonomi yang genting, konsekuensi dari boikot kian intens dan membutuhkan waktu lama untuk pemulihan. Perusahaan dapat mempercepat pemulihan nilai saham mereka dengan mengadopsi pendekatan komunikasi yang antisipatif terhadap krisis, serta menerapkan strategi penanganan yang terbuka (transparan) dan bertindak cepat (Nurdina et al, 2024).

Penelitian ini berfokus pada konsistensi sebagai dimensi kritis dari strategi komunikasi. Konsistensi mencakup keselarasan pesan dari berbagai saluran dan waktu, yang merupakan inti dari financial public relations (FPR). Tujuan utama studi ini adalah menganalisis dampak empiris dari tingkat konsistensi komunikasi perusahaan terhadap stabilitas harga sahamnya, memberikan bukti bahwa praktik PR yang matang memiliki nilai finansial yang terukur. Pendekatan FPR yang selaras membentuk citra mantap investor di pasar saham. Kurang selaras sering timbulkan lonjakan nilai di bursa berkembang Indonesia. Di pasar modal, informasi merupakan komoditas utama yang membentuk persepsi pasar terhadap nilai perusahaan. Ketidakpastian dalam penyampaian informasi dapat memicu spekulasi yang meningkatkan volatilitas harga saham. Salah satu isu krusial adalah asimetri informasi, di mana manajemen memiliki akses informasi yang lebih baik daripada public (Azzahra et al, 2025).

METODE PENELITIAN

Artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi kepustakaan untuk memahami bagaimana konsistensi komunikasi korporat baik secara temporal maupun

naratif dan dapat bertindak sebagai mekanisme pengurangan Risiko (Agustin & MM, 2023). Urgensi penelitian ini terletak pada pembuktian bahwa praktik PR bukan sekadar alat pemasaran, melainkan instrumen strategis untuk menciptakan stabilitas nilai perusahaan di mata pemegang saham. Konsistensi narasi, yang merupakan inti dari Financial Public Relations (FPR), adalah faktor kritis yang diyakini dapat mentransmisikan sinyal positif yang kuat ke pasar (Spence, 1973). Sinyal ini menunjukkan bahwa manajemen memiliki kendali, yakin pada fundamental perusahaan, dan bersedia untuk transparan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Aspek Kuantitatif dan Aspek Kualitatif.

Aspek Kualitatif (Volatilitas)	Aspek Kualitatif (Stabilitas)
Standar Deviasi <i>Return</i> Harian	Kredibilitas Narasi Manajemen
Risiko (Beta)	Prediktabilitas Arus Kas Masa Depan
Asimetri Informasi Tinggi	Kepercayaan Investor Institusional Tinggi

Kaitan suku bunga terhadap harga saham dikemukakan (Boedie et al, 1995) yang menyatakan bahwa perubahan harga saham dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah suku bunga. Hal tersebut didukung pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Rahayu (2003) yang menemukan secara empiris pengaruh suku bunga terhadap harga saham selama masa krisis di Indonesia.

Dalam fokus kualitatif ditemui variabel dan konstruk sebagai berikut.

Tabel 2. Fokus Kualitatif

Variabel	Konstruk Kualitatif	Sumber Data Kunci
Konsistensi strategi komunikasi (X)	Keselarasan Narasi (<i>Thematic Consistency</i>), Keteraturan Interaksi (<i>Timing and Frequency</i>), Kredibilitas Sumber (<i>Spokesperson Reliability</i>)	Manajer IR, Dokumen Perusahaan.
Stabilitas Harga Saham (Y)	Persepsi Prediktabilitas Nilai, Tingkat Kepercayaan Investor, Rasionalisasi Ekspektasi Pasar.	Analisis Sekuritas Manajer Investasi.

Data kualitatif dianalisis menggunakan Analisis Tematik (*Thematic Analysis*) (Braun & Clarke, 2006) dengan tahapan sebagai berikut:

1. Familiarisasi Data: Mendengar ulang rekaman, membaca transkrip, dan membaca dokumen berulang kali.

2. Pembuatan Kode Awal (*Initial Coding*): Memberi label pada segmen data yang relevan (misalnya, *Code*: "IR Proaktif", "Pesan Konflik", "Jangkar Prediktabilitas").
3. Pencarian Tema (*Searching for Themes*): Mengelompokkan kode-kode yang serupa atau terkait menjadi tema yang lebih besar (misalnya, *Theme*: "Mekanisme Pembentukan Kepercayaan", "Tantangan Konsistensi di Masa Krisis").
4. Meninjau Ulang Tema (*Reviewing Themes*): Memastikan tema-tema tersebut didukung oleh data secara konsisten.
5. Pendefinisian dan Penamaan Tema (*Defining and Naming Themes*): Menyajikan narasi kohesif yang menjelaskan temuan inti.
6. Penarikan Kesimpulan (*Synthesis*): Mengkonstruksi model kualitatif yang menjelaskan hubungan sebab-akibat (prosesual) antara Konsistensi Komunikasi (X) dan Stabilitas Harga Saham (Y) berdasarkan tema yang ditemukan.

Berdasarkan hasil dari penelitian terdahulu dapat disimpulkan sebagai berikut:

Tabel 3. Sumber: dikembangkan dalam beberapa jurnal

No.	Peneliti	Penelitian	Variabel	Model	Hasil
1.	Hardiningsih et al (2002)	Pengaruh Faktor Fundamental dan Resiko Ekonomi terhadap Return Saham pada perusahaan di Bursa Efek Jakarta: Studi Kasus <i>Basic Industry and Chemical</i> .	<i>Return on Asset (ROA)</i> , <i>Price to Book Value (PBV)</i> , inflasi, nilai tukar rupiah, <i>return</i> saham.	Regresi Berganda	ROA, PBV, inflasi berpengaruh positif dengan <i>return</i> saham, sedangkan nilai tukar rupiah berpengaruh negatif terhadap <i>return</i> saham.
2.	Suciwati, Desak Putu (2002)	Pengaruh Resiko Nilai Tukar Rupiah terhadap <i>return</i> saham: Studi Empiris pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEJ.	Nilai tukar dan <i>return</i> saham	Regresi	Nilai tukar rupiah berpengaruh signifikan positif terhadap <i>return</i> saham sebelum terjadi depresiasi dan berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai tukar rupiah setelah depresiasi.

3.	Mok, Henry MK (1993)	<i>Causality of Interest Rate, Exchange Rate, and Stock Price at Stock Market Open and close in Hong Kong, Asia Pacific Journal of Management.</i> Vol.X. Hal. 123-129.	Suku bunga dan nilai tukar sebagai variabel independen; harga saham sebagai variabel dependen.	ARIMA	Tidak menemukan hubungan yang signifikan antar variabel ini.
4.	Tirapat, Sunti., dan Aekkachai Nittayagasetwat (1999)	<i>An Investigation of Thai Listed Firm's Financial Distress Using.</i>	Resiko Sistematis sebagai variabel independen; return saham sebagai variabel dependen.	Regresi	Terdapat sensitivitas perusahaan terhadap variabel makro ekonomi yang disebut resiko sistematis perusahaan yang diperoleh dari hasil regresi return saham perusahaan dengan variabel tersebut.
5.	Setyorini, dan Supriyadi (2000)	Hubungan Dinamis antara nilai tukar rupiah dan harga saham di Bursa Efek Jakarta pasca penerapan system devisa bebas mengambang. Simposium Akutansi nasional ke III, Hal. 771-793.	Nilai tukar rupiah sebagai variabel independen; harga saham sebagai variabel dependen.	Granger	Ada pengaruh negatif dan signifikan nilai tukar terhadap harga saham.
6.	Utami. M. dan Rahayu, M. (2003)	Peranan Profitabilitas, Suku Bunga, Inflasi dan Nilai Tukar Dalam Mempengaruhi Pasar Modal Indonesia Selama Krisis Ekonomi, Jurnal Ekonomi Manajemen, Vol.5, No.2.	Profitabilitas, suku bunga, inflasi dan nilai tukar sebagai variabel independen; harga saham sebagai variabel dependen	regresi	Profitabilitas, suku bunga, inflasi dan nilai tukar secara bersama-sama mempengaruhi harga saham badan usaha secara signifikan.

7.	Almilia, Luciana Spica (2004)	Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi kondisi <i>financial distress</i> Suatu Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. Simposium Nasional Akuntansi.Ke.VI.Hal. 546-564.	Inflasi sebagai variabel independen; <i>financial distress</i> sebagai variabel dependen.	Regresi	Terdapat hubungan positif antara inflasi dan <i>financial distress</i> .
8.	Sangkyun Park (1997)	<i>Rationality of negative Stock Price Responses to Strong Economics Activity</i> ” <i>Journal Financial Analyst</i> .	Variabel makro, harga konsumen, GDP, tingkat inflasi, suku bunga, dan <i>return</i> .	Regresi	GDP berpengaruh positif signifikan terhadap return saham, variabel lain tidak berpengaruh.
9.	Fama and French (1981)	<i>Business Condition and Expected Return on stocks and bonds</i> ”. <i>Journal of financial Economic</i> .	Stock, <i>return</i> , tingkat inflasi, suku bunga dan pertumbuhan ekonomi.	Regresi	Adanya hubungan negatif antara stock <i>return</i> dan inflasi.

Strategi Komunikasi *Financial Public Relations* (FPR) perlu dikuasai karena dapat mempengaruhi persepsi analis atau manajer investasi terhadap perusahaan. Berikut strategi komunikasi *Financial Public Relations* (FPR).

Meminimalisir Asimetri Informasi

Tugas utama FPR adalah memastikan bahwa informasi yang dimiliki oleh manajemen perusahaan (orang dalam) tersampaikan dengan benar dan merata kepada publik (investor dan analis) karena untuk mencegah terjadinya guncangan harga yang disebabkan oleh rumor atau informasi yang simpang siur dengan menyediakan saluran informasi yang transparan sehingga tidak ada kesenjangan pemahaman antara perusahaan dan pasar (Ridha et al, 2025).

Financial Public Relations (FPR) yang efektif harus mampu mencapai konsistensi narasi (message consistency) dalam seluruh aktivitas komunikasi perusahaan. Konsistensi tersebut diwujudkan melalui penyelarasan informasi pada berbagai saluran komunikasi, seperti laporan tahunan, siaran pers, media sosial, hingga *analyst briefing*, sehingga seluruh pemangku kepentingan menerima pesan yang seragam. Selain itu, perusahaan perlu mengintegrasikan data formal dan informal dengan memastikan bahwa penjelasan yang

diberikan dalam interaksi langsung bersama analis tetap sejalan dengan data kuantitatif yang disajikan dalam laporan keuangan. Konsistensi komunikasi juga berfungsi untuk mengurangi *market noise*, sehingga investor dan analis lebih mudah membedakan sinyal informasi yang benar-benar mencerminkan kondisi perusahaan dari berbagai gangguan informasi yang beredar di pasar. Dengan demikian, tingkat kepercayaan terhadap perusahaan dapat meningkat.

Selain konsistensi narasi, konsistensi temporal atau ketepatan waktu penyampaian informasi menjadi faktor penting dalam membangun kredibilitas perusahaan di mata pasar. Perusahaan perlu mematuhi jadwal pengungkapan informasi secara disiplin dengan mempertahankan frekuensi serta ketepatan waktu dalam memberikan pembaruan kepada publik. Di samping itu, interaksi yang dilakukan secara berkala dengan analis melalui pertemuan, paparan publik, maupun diskusi rutin akan memperkuat keterbukaan akses informasi sekaligus mengurangi ketidakpastian yang dapat memengaruhi persepsi pasar (Nana, 2025).

FPR juga berperan sebagai jangkar ekspektasi pasar (*market expectation anchor*) yang mampu mengarahkan ekspektasi investor agar tetap rasional dan tidak berkembang secara spekulatif. Strategi komunikasi yang stabil dan konsisten akan meningkatkan prediktabilitas perusahaan sehingga harga saham tidak mengalami penyimpangan yang terlalu jauh dari nilai intrinsiknya. Melalui penjelasan yang jujur, logis, dan didukung oleh data yang memadai, FPR membantu analis membangun ekspektasi yang lebih realistis terhadap prospek kinerja perusahaan pada masa mendatang. Kondisi tersebut secara tidak langsung berkontribusi dalam menurunkan volatilitas harga saham dan meningkatkan stabilitas pasar. Dalam menghadapi kondisi yang penuh ketidakpastian, manajemen komunikasi krisis dan mitigasi risiko menjadi salah satu fungsi strategis FPR.

Perusahaan perlu menerapkan pendekatan komunikasi yang bersifat antisipatif dengan menyampaikan informasi secara proaktif sebelum krisis berkembang menjadi lebih besar. Ketika menghadapi situasi sulit, seperti penurunan kinerja, krisis reputasi, atau boikot konsumen, transparansi dan kecepatan penyampaian informasi menjadi faktor penting dalam menjaga kepercayaan investor sekaligus mempercepat pemulihan nilai perusahaan. Di samping itu, FPR juga harus mampu berperan sebagai *buffer* terhadap risiko makroekonomi dengan menjelaskan secara terbuka strategi perusahaan dalam menghadapi berbagai tantangan, seperti inflasi, perubahan suku bunga, maupun perlambatan ekonomi, sehingga investor tetap memiliki keyakinan terhadap prospek perusahaan.

Aspek lain yang tidak kalah penting adalah penguatan kredibilitas sumber informasi. Kepercayaan investor dan analis tidak hanya dipengaruhi oleh isi pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh kredibilitas pihak yang menyampaikannya. Oleh karena itu, perusahaan harus memastikan bahwa juru bicara utama, seperti Manajer Investor Relations, Sekretaris Korporat, atau Chief Financial Officer (CFO), memiliki rekam jejak yang baik dalam menjaga kejujuran, konsistensi, serta kemampuan memenuhi komitmen yang telah

disampaikan kepada publik. Transparansi mengenai kondisi fundamental perusahaan juga menjadi sinyal positif yang menunjukkan bahwa manajemen memiliki kendali yang baik terhadap operasional perusahaan, sehingga mampu memperkuat kepercayaan pasar.

Untuk mendukung implementasi strategi tersebut, perusahaan perlu menerapkan protokol komunikasi Financial Public Relations (FPR) yang sistematis. Protokol ini bertujuan untuk membangun ekspektasi pasar yang rasional melalui pengungkapan informasi yang transparan, mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan investor atau analis, serta menjaga stabilitas harga saham dengan meminimalkan terjadinya *market shocks*. Implementasi protokol tersebut berlandaskan pada tiga pilar utama komunikasi, yaitu Consistency, Clarity, dan Continuity (3C), yang menjadi fondasi dalam setiap aktivitas komunikasi Perusahaan (Nurani, 2025).

Dalam praktiknya, mekanisme pelaksanaan protokol FPR dilakukan secara rutin melalui beberapa tahapan. Pada tahap pra-pengungkapan, perusahaan melakukan sinkronisasi data antara departemen keuangan dan tim komunikasi sebelum dokumen dipublikasikan guna menghindari ketidaksesuaian informasi. Selanjutnya, perusahaan menyelenggarakan sesi tanya jawab (Q&A session) dengan melakukan simulasi terhadap berbagai pertanyaan kritis dari analis agar jawaban manajemen tetap konsisten dengan narasi strategis perusahaan. Selain itu, dilakukan audit naratif secara berkala untuk mengevaluasi seluruh dokumen komunikasi sebelumnya, sehingga tidak terdapat pernyataan atau janji yang bertentangan dengan kondisi fundamental perusahaan saat ini.

Keberhasilan implementasi protokol FPR dapat diukur melalui beberapa indikator utama. Pertama, meningkatnya prediktabilitas, yang tercermin dari rendahnya deviasi antara proyeksi analis dengan kinerja aktual perusahaan. Kedua, terjaganya stabilitas volatilitas harga saham karena pasar memiliki jangkar informasi yang kuat melalui komunikasi perusahaan yang konsisten. Ketiga, meningkatnya kepercayaan institusional, yang ditunjukkan oleh bertambahnya minat investasi dari investor institusi dan manajer investasi sebagai konsekuensi dari persepsi risiko yang lebih rendah akibat tingginya transparansi dan kredibilitas komunikasi perusahaan.

KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa konsistensi dalam *Financial Public Relations* (FPR) memiliki peran krusial dalam menciptakan transparansi pasar. Perusahaan yang menerapkan pola komunikasi yang stabil dan terintegrasi berhasil membangun kepercayaan investor institusional yang tinggi, yang secara efektif meredam volatilitas harga saham. Temuan ini menegaskan bahwa strategi komunikasi yang matang memiliki nilai finansial terukur dalam memperkuat stabilitas nilai perusahaan.

Meskipun studi kuantitatif (seperti yang disajikan di Hasil dan pembahasan dari peneliti sebelumnya) lalu kami simpulkan dan sederhanakan pada tabel 3 yang telah membuktikan bahwa variabel ekonomi makro dan fundamental finansial memengaruhi *return* saham, studi-studi tersebut gagal menjelaskan mekanisme operasional di balik konsistensi

komunikasi korporat dan bagaimana persepsi itu terbentuk di benak analis atau manajer investasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan metodologis tersebut. Kami tidak hanya ingin membuktikan *bahwa* konsistensi komunikasi memengaruhi volatilitas, tetapi *bagaimana* dan *mengapa* hal itu terjadi dari sudut pandang pembuat keputusan (manajemen IR) dan penerima informasi (analis/investor). Pendekatan kualitatif memungkinkan kami untuk mengungkap strategi, motivasi, interpretasi, dan proses kognitif yang tidak dapat diukur oleh data numerik seperti standar deviasi *return*.

Komunikasi yang terbuka, jujur, dan dua arah menjadi elemen krusial dalam menjaga hubungan antar anggota organisasi serta membangun kepercayaan. Komunikasi yang buruk dapat menimbulkan miskomunikasi, konflik internal, dan penurunan produktivitas. Sebaliknya, komunikasi efektif meningkatkan koordinasi tim, memperkuat partisipasi dalam pengambilan keputusan, dan membangun budaya organisasi yang inklusif (Grunig & Hunt, 2002; Men, 2014). Dalam hal ini, sebagai *financial public relations* (FPR), tentunya harus mengetahui perkembangan saham dan dapat berkomunikasi dengan pendekatan yang sesuai dan dapat konsisten dalam komunikasi korporat yang akan menentukan bagaimana persepsi dari analis atau manajer investasi terhadap perusahaan. Sesuai dengan variabel stabilitas harga saham yaitu adanya persepsi prediktabilitas nilai, tingkat kepercayaan investor, rasionalisasi ekspektasi pasar.

Ada beberapa perspektif dan teori yang dapat membantu Anda memahami cara berkomunikasi secara etis. Salah satunya adalah teori utilitarianisme, menekankan bahwa komunikasi dianggap etis ketika efeknya memberikan manfaat dan kebahagiaan bagi banyak orang. Misalnya, jika Anda menyebarkan informasi kepada publik, Anda harus mempertimbangkan apakah itu berguna dan tidak ada kepanikan atau kerugian. Sebaliknya, teori deontologi menekankan pentingnya kepatuhan terhadap prinsip-prinsip moral terlepas dari hasil akhirnya. Kembali lagi kepada selaku *financial public relations* (FPR) dalam konsistensinya untuk berkomunikasi dan menyampaikan strategi dengan baik kepada analis atau manajer investasi dan meninggalkan persepsi yang baik terhadap perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, H., & MM, S. (2023). *Buku Referensi METODE PENELITIAN EKONOMI DAN BISNIS (Konsep dan Contoh Penelitian)*. Mega Press Nusantara.
- Almilia, Luciana Spica (2004). "Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi kondisi financial distress Suatu Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta". Simposium Nasional Akuntansi. Ke.VI.Hal. 546-564.
- Astiani, D., Ridha, M., Tyas, L. H., & Azkia, A. (2025). Fundamental Komunikasi dalam Organisasi. *Jurnal Komunikasi dan Kewirausahaan*, 1(1), 28-35.

- Azzahra, N., Ridha, M., Andefta, N. M., Ilahi, R., & Sari, V. K. (2025). Analisis keterkaitan kepemimpinan, komunikasi efektif dan kinerja dalam efektivitas organisasi profesional. *Jurnal Komunikasi dan Kewirausahaan*, 1(1), 1-6.
- Boedie, Z., Kane, A., and Alan, M.J., (1995), *Investment*, Second Edition, Von Hoffman Press Inc. USA.
- Fama, E., dan French, K. (1998). "Business Condition and Expected Return on stocks and bonds". *Journal of financial Economic*.
- Fierda Nurany, S. A. P., & KP, M. (2025). *Public Relations Masa Kini: Strategi, Etika, dan Protokol untuk Dunia Digital*. Jakad Media Publishing.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (2002). *Public Relations: Strategies and Tactics*. Person Education.
- Hardiningsih, Pancawati., Suryanto., Chariri, A. (2002), "Pengaruh Faktor fundamental dan resiko ekonomi terhadap Return saham pada perusahaan di Bursa Efek Jakarta : Studi kasus Basic Industry & Chemical", *Jurnal Strategi Bisnis*, vol, 8. Des. Tahun VI.
- Lusiana Wahyu Eka Agustina, Nurita Andriani, Muhammad Syarif (2025). Strategi Corporate Social Responsibility Untuk Stabilitas Saham dan Keberlanjutan Bisnis Pasca Initial Public Offering (IPO) JIMEA. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)* Vol. 9 No. 1, 2025.
- Merton, R. C. (1987). A Simple Model of Capital Market Equilibrium with Incomplete Information. *The Journal of Finance*, 42(3), 483-510.
- Mok, Henry MK. (1993), Causality of Interest Rate, Exchange Rate, and Stock price at Stock Market Open and Close in Hongkong", *Asia Pacific Journal of Management*. Vol.X. hal 123-129.
- Nana, U. (2025). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MANAGEMENT DISCUSSION AND ANALYSIS (MD&A) SERTA PENGARUHNYA TERHADAP REAKSI PASAR.
- Nurdina, H., Akbar, T., & Nugraha, Y. R. Y. (2024). Dampak Boikot Konsumen terhadap Fluktuasi Harga Saham Starbucks: Analisis Empiris. *Jurnal Administrasi Profesional*, 5(2), 109-121.
- Ridha, M., Astiani, D., Azkia, A., Ramadhani, A., & Zain, F. M. (2025). Kekuatan Komunikasi: Fungsi dan Dampaknya Terhadap Kehidupan Manusia. *Komsopol*, 5(1), 48-54.
- Sangkyun, Park (1997). "Rationality of negative Stock Price Responses to Strong Economics Activity" *Journal Financial Analyst*, Sept/Oct 1997.

- Setyorini, dan Supriyadi. (2000). “Hubungan Dinamis antara Nilai Tukar Rupiah dan harga saham di bursa efek Jakarta Pasca Penerapan Sistem devisa Bebas Mengambang”. Simposium Akuntansi Nasional. Ke III. Hal 771-793.
- Shiller, R. J. (2000). *Irrational Exuberance*. Princeton University Press. (Sumber Asli: Buku, tapi dapat diperlakukan sebagai referensi konsep volatilitas).
- Spence, M. (1973). Job Market Signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355-374.
- Suciwati, Desak Putu (2002), “Pengaruh Resiko Nilai Tukar Rupiah Terhadap Return Saham: Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEJ”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, vol.17 No.4: 347-360
- Tirapat, Sunti., dan Aekkachai Nittayagasetwat. (1999), “*An Investigation of Thai listed Firm’s Financial Distress Using Macro and Micro Variables*”, *Multi National Finance Journal*. Jun 1999;3,2, Hal.103-118.
- Utami. M.dan Rahayu, M. (2003), “Peranan Profitabilitas, Suku Bunga, Inflasi dan Nilai Tukar Dalam Mempengaruhi Pasar Modal Indonesia Selama Krisis Ekonomi”, *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Vol.5, No.2.