

ANALISIS PERCAKAPAN NETIZEN TENTANG GUBERNUR JAWA TENGAH GANJAR PRANOWO DI AKUN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM @KOMINFO.JATENG

Elisabeth Diana Tindarana, Agus Naryoso

Dianadarana32@gmail.com

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. H. Soedarto, SH Tembalag Semarang Kotak Pos 1269

Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 7465405

Laman : <https://www.fisip.undip.ac.id> email fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

This study aims to find out how the tendency of netizens' attitudes towards the Governor of Central Java, Ganjar Pranowo, in the @kominfo.jateng Instagram account. This study uses a quantitative approach with the Content Analysis method which is calculated using the Holsti reliability formula and uses a total sampling of 521 comments in the period 8 June 2021 to 23 September 2021. The results show that there are positive comments from netizens on posts about Ganjar Pranowo, which amounted 82%. Each category exceeds the minimum reliability score of 0.7 or 70%, which means that the measuring instrument (coding sheet) is reliable in this study. This finding is in accordance with Holsti's Formula where the minimum acceptable reliability is 0.70 or 70%. It can be concluded that the tendency of netizens to have positive attitudes towards posts related to information about Ganjar Pranowo.

Keywords: Content Analysis, Netizen Conversations, Instagram

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana kecenderungan sikap netizen kepada Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo dalam akun Instagram @kominfo.jateng. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Analisis Isi yang dihitung menggunakan rumus reliabilitas Holsti dan menggunakan total sampling sebanyak 521 komentar pada periode 8 Juni 2021 hingga 23 September 2021. Hasil penelitian menunjukkan terdapat komentar positif

netizen terhadap postingan tentang Ganjar Pranowo yakni sebesar 82%. Setiap kategori melebihi angka minimum reliabilitas yakni 0,7 atau 70% yang berarti bahwa alat ukur (coding sheet) reliabel dalam penelitian ini. Temuan ini sesuai dengan Formula Holsti dimana angka minimum reliabilitas yang dapat diterima yakni sebesar 0,70 atau 70%. Dapat disimpulkan bahwa kecenderungan sikap netizen positif terhadap postingan terkait informasi tentang Ganjar Pranowo.

Kata Kunci: Analisis Isi, Percakapan Netizen, Instagram

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi saat ini berdampak pada menjamurnya media sosial. Adanya teknologi digital saat ini dapat memberikan alternatif sebagai sebuah sarana untuk berkampanye yang murah dan efektif (Munzir dkk, 2019). Seperti yang dilakukan oleh Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo yang dikenal gemar memanfaatkan media sosial untuk dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat. Adanya perkembangan teknologi komunikasi saat ini mengubah cara berkomunikasi tiap individu. Melalui Instagram interaksi antar masyarakat menjadi lebih mudah. Adanya perkembangan teknologi komunikasi saat ini mengubah cara berkomunikasi tiap individu. Melalui Instagram interaksi antar masyarakat menjadi lebih mudah. Instagram kini menjadi sebuah wadah bagi pemerintah untuk dapat berinteraksi secara langsung dengan masyarakat. Di Indonesia, saat ini

banyak sekali akun Instagram yang dikelola oleh pemerintah dengan jumlah *followers* yang cukup banyak, mulai dari akun instagram kementerian, direktorat, hingga kantor dinas di tingkat kabupaten maupun kota telah banyak memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi publik. Contohnya akun Instagram @kominfo.jateng. Akun tersebut dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Provinsi Jawa Tengah.

Akun Instagram @kominfo.jateng adalah platform bagi Pemerintah untuk menjalankan komunikasi publik dan juga menjalankan komunikasi strategis. Adanya akun instagram @kominfo.jateng menjadikan salah satu inovasi pada tata kelola pemerintahan dalam memaksimalkan teknologi dan sebagai sarana untuk dapat mengetahui dan memberikan solusi bagi permasalahan-permasalahan yang ada pada masyarakat. Konten berupa foto maupun

video yang diunggah di akun tersebut adalah konten-konten seputar informasi mengenai kegiatan, program kerja Ganjar Pranowo selaku Gubernur Jawa Tengah dan informasi terkini seputar kabupaten Jawa Tengah.

Ganjar Pranowo termasuk gubernur yang populer di kalangan masyarakat. Dikutip dari artikel berita Kompas.com “Survei IPI: 18,7 Persen Publik Pilih Ganjar Jadi Presiden” mengatakan bahwa hasil survey yang dilakukan IPI (Indikator Politik Indonesia) sekitar 1.200 responden atau sekitar 18,7 persen memilih Ganjar menjadi presiden (Jatengprov.id, 25 November 2020). Tak hanya itu menurut Survey Pemilih Kritis, Saiful Mujani Research & Consulting (SMRC) menyebutkan nama Ganjar Pranowo sebagai calon presiden yang memperoleh suara terbanyak dari kelompok pemilih kritis, yakni 19,9 persen (Voaindonesia.com, 1 Maret 2022). Postingan yang diunggah oleh akun @kominfo.jateng menyita perhatian warganet dengan beragam komentar. Secara tidak sadar, setiap postingan yang diunggah akun tersebut memunculkan opini publik, hal ini dibuktikan dengan komentar-komentar yang diberikan oleh para netizen di setiap postingannya. Dilihat dari beragamnya tanggapan atau opini publik, terutama tanggapan kontra atau buruk yang

diberikan oleh netizen tentunya akan berpengaruh pada kredibilitas Ganjar selaku pemimpin Provinsi Jawa Tengah.

Opini publik merupakan gabungan dari perasaan, pemikiran, dan saran yang diungkapkan oleh masyarakat secara individu terhadap sebuah pilihan kebijakan yang diciptakan oleh pemerintah yang bertanggung jawab atas tatanan sosial dalam situasi yang mencakup konflik, perdebatan, dan ketidaksepakatan tentang apa yang harus dilakukan dan bagaimana hal itu akan dilakukan (Nimmo 2005: 3 dalam Wahid, 2016). Apabila pemimpin daerah mendapatkan opini publik yang buruk, maka kredibilitasnya sebagai pemimpin daerah tidak akan efektif dan dinilai tidak jujur dan tidak berkompeten.

Percakapan online tidak selalu lebih kompleks dari jenis interaksi tatap muka (Kramsch, Whiteside dalam Warner 2020). Percakapan yang menimbulkan salah tafsir tentunya akan memicu pernyataan atau pendapat yang kurang baik. Maraknya orang yang berkumpul di dunia maya saat ini memungkinkan munculnya perbedaan pendapat dan konflik. Konflik dapat muncul dari beberapa macam pengetahuan, pemahaman sosial politik, benturan budaya dan moral, dan banyak lagi. Itu dapat dimunculkan dan dikembangkan dari

interaksi individu yang baik secara virtual maupun kejadian yang ada di dunia nyata (Mukherjee, 2018).

KERANGKA TEORI

1. Teori Agenda Setting

Menurut Maxwell E. McCombs dan Donald L. Shaw, media dapat membentuk sebuah topik atau gambaran yang penting dalam pikiran. Hal ini terjadi karena media harus selektif dalam melaporkan berita (Littlejohn dan Foss, 2009: 811). Media massa memiliki kemampuan untuk mentransfer hal yang penting yang dimiliki sebuah agenda berita mereka kepada publik agenda. Hal yang penting bagi media mampu dibuat penting bagi masyarakat oleh media massa. McCombs dan Shaw berpendapat dalam komunikasi politik Agenda Setting, isu, citra maupun penampilan seorang kandidat yang diberitakan oleh media dapat mempengaruhi khalayak. Agenda yang dapat ditentukan oleh media massa yakni:

- a) Apa yang perlu dipikirkan oleh khalayak;
- b) Menentukan kebenaran yang harus dipercayai oleh khalayak;
- c) Menentukan penyelesaian pada sebuah masalah;
- d) Menentukan perhatian dasar terhadap suatu masalah;

- e) Menentukan apa yang perlu dilakukan dan diketahui oleh khalayak (Kholil, 2007: 36 dalam Ritonga, 2018).

Tahun 1990 menghantarkan era baru pada komunikasi media. Email, blog dan situs web menjadi sebuah alat komunikasi yang baru dalam menyebarkan sebuah berita dan komunikasi politik. Siapa yang mempengaruhi siapa tidak jelas karena media digital telah menjadi bagian dari perspektif media (McCombs, 2005 dalam Astari, 2021).

2. Media Baru

Media baru identik dengan informasi digital yang dapat dibagikan melalui internet secara luas dan interaktif.

McQuail, 2000 dalam Kurnia, 2005 mengelompokkan media baru menjadi empat kategori :

- a. Media Komunikasi Interpersonal : telpon, handphone, dan e-mail.
- b. Media Bermain Interaktif : Komputer, Videogame, dan permainan di dalam internet).
- c. Media partisipasi Kolektif : adanya penggunaan internet sebagai sarana berbagi, pertukaran informasi, pendapat, dan menimbulkan afeksi dan emosional.

Media baru dinilai interaktif apabila terjadi respon antara pengguna dengan pengirim pesan secara interaktif, interaksi sosial bersifat secara langsung, dan memiliki kebebasan dalam penggunaannya. Media baru dinilai interaktif apabila terjadi respon antara pengguna dengan pengirim pesan secara interaktif, interaksi sosial bersifat secara langsung, dan memiliki kebebasan dalam penggunaannya.

3. Media Sosial sebagai bentuk Media Baru

Media sosial termasuk dalam jaringan sosial modern. Situs jejaring sosial dilahirkan oleh jaringan sosial modern. Situs jejaring sosial (social networking) dapat menghubungkan komunikasi jarak jauh melalui internet. Media sosial termasuk dalam new media (media baru). Selain menawarkan interactivity (interaktif), berbagai macam informasi yang dikonsumsi penggunaannya dapat dengan bebas dipilih oleh pengguna media baru.

4. Perilaku Komunikasi di Media Sosial

Tindakan atau perbuatan yang dilakukan oleh individu yang dapat diamati dan juga dipelajari disebut dengan perilaku (Notoadmojo, 2013 dalam Kalangi, 2016). Bentuk dari tingkah laku manusia berupa kegiatan, aktivitas, tindakan, sebagai reaksi terhadap rangsangan (stimulus) yang berasal

dari dalam diri maupun lingkungan sekitar. Perilaku komunikasi merupakan suatu tindakan komunikasi secara verbal maupun non verbal pada tingkah laku seseorang (Kalangi, 2016). Perilaku komunikasi adalah sebuah sikap kontak hubungan antar manusia baik individu maupun kelompok.

Media Sosial sendiri merupakan sebuah medium dalam internet bagi penggunaannya untuk dapat berinteraksi dan merepresentasikan diri, berbagi, bekerja sama, berkomunikasi dengan lainnya untuk membentuk jalinan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015 dalam Kalangi, 2016).

5. Media Sosial Membentuk Opini Publik

Opini publik merupakan sikap seseorang yang ditunjukkan di muka umum untuk menghindarkan dirinya dikucilkan oleh masyarakat (Morison, 2014 dalam Choiriyati, 2015).

Media sosial memiliki kekuatan untuk memainkan sebuah peran dalam komunikasi politik karena media sosial dapat membentuk opini publik. Keterbukaan dalam mengungkapkan pendapat, ide, keinginan, kritik yang membangun, dan kebebasan dalam penulisan adalah bentuk kebebasan dari opini publik. Opini publik berdampak pada munculnya kebebasan dalam berpendapat dan mengungkapkan ide-ide. Opini atau pendapat dapat dinyatakan

dengan aktif maupun pasif, disampaikan baik secara verbal dan terbuka dengan perkataan yang dapat diterjemahkan dengan jelas menggunakan kata-kata secara konotatif dalam arti perkataan yang baik atau tidak dapat diartikan secara langsung.

6. *Netizen di Media Sosial*

Netizen merupakan sebutan bagi seseorang yang menggunakan internet. Netizen berkonotasi setiap orang yang menggunakan komputer yang memposting pesan di World Wide Web (www) tanpa memikirkan audiens tertentu (Lanigan, 2016).

Netizen hadir karena adanya konektifitas global yang dibuat oleh Net. Seseorang dapat dengan mudah berhubungan dengan sebagian besar netizen di dunia melalui internet. Setiap orang juga memiliki kemampuan untuk menyebarkan, membagikan pemahaman atau pertanyaan dan meminta orang lain untuk menanggapi (Hauben, 1998).

7. *Kolom Komentar Sebagai Bentuk Interaksi di Sosial Media*

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan kolom komentar sebagai sebuah tanggapan atau ulasan yang ada pada berita, pidato, dan lain sebagainya. Warganet dengan bebas menuliskan komentar atas pemberitaan atau konten yang dipublikasikan maupun diunggah oleh

pengelola informasi melalui fitur kolom komentar.

Pada media sosial, kolom komentar menjadi media atau sarana bagi masyarakat dalam memberikan kritik dan saran di media sosial. Selain untuk memberi tanggapan, fitur kolom komentar juga dapat menjadi wadah dalam interaksi antar warganet. Setiap tanggapan yang diberikan oleh warganet tentunya akan berdampak pada sebuah terdistribusinya opini publik.

8. *Tokoh Publik di Media Sosial*

Tokoh publik merupakan seseorang memiliki kemampuan dalam mempersuasi orang lain untuk bertindak. Pada era modern seperti saat ini, para pejabat pemerintahan dapat dengan mudah berkomunikasi dengan masyarakat melalui media sosial. Tokoh publik tersebut biasanya tidak hanya mengunggah konten pada saat melaksanakan program kerjanya, melainkan juga menjelaskan mengenai pandangannya dengan cara mempersuasi publik atas berbagai macam topik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Analisis Isi yang dihitung menggunakan rumus reliabilitas Holsti yakni :

$$CR = \frac{2(M)}{N1+N2}$$

Sebelum dilakukan uji reliabilitas, peneliti telah menetapkan kategorisasi yang selanjutnya akan dimasukkan ke dalam lembar koding (*coding sheet*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tanggapan Positif Tentang Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo Pada Postingan Terkait Vaksinasi Covid-19.

Hasil koding mengenai tanggapan atau komentar netizen terkait informasi mengenai Ganjar Pranowo di akun media sosial @kominfo.jateng dengan jumlah total 521 komentar dan memperoleh 427 komentar positif. Komentar positif terbanyak terdapat pada postingan terkait Vaksinasi Covid-19 pada tahun 2021 lalu. Jumlah terbanyak tanggapan positif yang netizen berikan yakni komentar tidak berpihak (*netral*) sejumlah 186 komentar (36%). Sedangkan untuk komentar yang menyetujui (*menerima*) sejumlah 179 komentar (34%), sementara itu untuk komentar memberi saran (*masukan*) sejumlah 62 komentar (12%).

Tanggapan atau Komentar Negatif Tentang Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo Pada Postingan Terkait Vaksinasi Covid-19.

Pada tanggapan negatif, komentar tidak jelas (diluar topik pembahasan) memiliki jumlah terbanyak yakni sejumlah 50 komentar (9,6%). Sedangkan untuk komentar yang menolak (tanggapan tidak menyenangkan) sejumlah 28 komentar (5,4%), untuk komentar penghinaan sejumlah 10 komentar (1,9%), sedangkan untuk komentar yang memprovokasi sejumlah 6 komentar (1,1%).

Postingan Tentang Vaksinasi Covid-19 di Akun Sosial Media Instagram @Kominfo.Jateng membentuk Opini Publik Yang Positif.

Postingan terkait dengan Vaksinasi Covid-19 dalam akun instagram @kominfo.jateng menimbulkan tanggapan positif yang telah dinilai coder termasuk dalam indikator *tidak berpihak (netral)*. Pertanyaan-pertanyaan seputar bagaimana syarat yang harus dipenuhi untuk dapat melakukan Vaksinasi Covid-19 merupakan bentuk dari antusiasme netizen terhadap Vaksinasi Covid-19 yang telah dihimbau atau diinstruksikan oleh Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo. Pada tahun 2021 lalu, Ganjar Pranowo memberikan persyaratan bagi masyarakat yang ingin mengikuti Vaksinasi Covid-19 yakni saat itu Ganjar menghimbau bahwa Vaksinasi Covid-19 diutamakan bagi masyarakat yang sudah Lansia (60 tahun keatas), sedangkan bagi masyarakat 60

tahun kebawah tidak bisa mengikuti vaksinasi tersebut apabila tidak membawa 2 lansia pada saat mendaftarkan diri.

Tanggapan positif yang ditunjukkan pada postingan terkait Vaksinasi Covid-19 yakni komentar *menyetujui* sebesar 34% atau sebanyak 179 komentar dari 521 komentar. Komentar menyetujui salah satu contohnya dimana masyarakat yang menerima adanya Vaksinasi Covid-19 yang diinstruksikan oleh Ganjar Pranowo memberikan opininya pada kolom komentar dengan mengajak masyarakat lainnya untuk segera mengikuti Vaksinasi Covid-19 karena Vaksinasi Covid-19 sangat dibutuhkan di era pandemi virus Covid-19 yang semakin memakan banyak korban jiwa.

Tanggapan positif yang ditunjukkan pada postingan terkait Vaksinasi Covid-19 yakni komentar *memberikan saran* sebesar 12% atau sebanyak 62 komentar dari 521 komentar. Komentar memberikan saran seperti masukan yang diberikan oleh masyarakat kepada Ganjar Pranowo selaku Gubernur Jawa Tengah mengenai pelaksanaan lokasi Vaksinasi Covid-19 yang belum merata. Netizen memberikan saran atau masukan supaya lokasi diadakannya Vaksinasi Covid-19 menyebar hingga ke kecamatan dan sistem pendaftaran dilakukan secara online supaya tidak menimbulkan

kerumunan pada saat melaksanakan vaksinasi. Dapat diartikan bahwa netizen memiliki kecenderungan sikap yang positif dan menunjukkan bahwa postingan tentang Ganjar Pranowo dapat membentuk sebuah opini publik yang baik dan menggambarkan dukungan yang positif.

Sikap coder sejalan dengan teori Agenda Setting milik Maxwell E. McCombs dan Donald L. Shaw (Littlejohn dan Foss, 2009). Postingan terkait vaksinasi yang disajikan oleh Kominfo Jateng dapat mempengaruhi opini publik melalui kolom komentar dikarenakan kasus Covid-19 yang terus naik dan menimbulkan banyaknya korban jiwa membuat masyarakat berkeinginan untuk segera melakukan Vaksinasi Covid-19. Dimana penyajian sebuah isu oleh media dapat mempengaruhi opini publik.

Dampak Opini Publik terhadap Ganjar Pranowo sebagai Gubernur Jawa Tengah.

Opini merupakan fenomena kehidupan sosial politik. Opini publik atau pendapat umum diciptakan oleh komunikator dalam komunikasi politik. Keterbukaan dalam menyampaikan pendapat, gagasan, keinginan, kritik yang membangun, dan kebebasan menulis merupakan bentuk kebebasan dari opini publik. Pembentukan opini merupakan suatu proses yang harus

berlangsung terus menerus dalam upaya membingkai dan menciptakan persepsi yang bermakna atas fenomena politik (citra politik) dan untuk mengungkapkan keyakinan, nilai, dan harapan yang melingkupi pandangannya. (Wahid, 2016). Sikap netizen yang dinilai oleh coder menunjukkan kecenderungan positif pada postingan terkait Covid-19 di akun sosial media @kominfo.jateng dapat menimbulkan citra politik positif terhadap Ganjar Pranowo. Akun Instagram @kominfo.jateng merupakan sebuah medium bagi Ganjar Pranowo untuk dapat memenangkan pikiran, hati, dan juga perilaku masyarakat terhadap Ganjar Pranowo karena @kominfo.jateng selalu menciptakan image (citra) politik yang positif disetiap postingan terkait Ganjar Pranowo. Dengan adanya strategi yang disusun oleh @kominfo.jateng melalui postingan yang diagendakan terkait dengan Vaksinasi Covid-19 menunjukkan kepedulian Ganjar Pranowo pada kasus Covid-19 khususnya di Provinsi Jawa Tengah mendapatkan opini publik yang baik dan memberikan dampak yang baik pula terhadap citra Ganjar sebagai tokoh publik. Dengan begitu komunikasi politik dinilai efektif dalam menciptakan dukungan opini publik.

PENUTUP

Simpulan

1. Hasil penelitian ini menunjukkan kecenderungan sikap netizen yang diwakili oleh coder peneliti tentang Ganjar Pranowo yang menunjukkan kecenderungan sikap positif. Sikap positif terlihat dari kecenderungan sikap yang netral (tidak berpihak) yang ditunjukkan dalam 186 komentar (36%) dari jumlah total keseluruhan komentar yakni 512 komentar pada setiap postingan tentang Ganjar Pranowo.
2. Coder memberikan sikap positif tentang Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo pada postingan yang terkait dengan Vaksinasi Covid-19 pada akun sosial media instagram @kominfo.jateng yang telah diteliti menemukan 427 komentar positif dan 94 komentar negatif.
3. Komentar positif tentang Ganjar Pranowo terkait postingan Vaksinasi Covid-19 di akun sosial media @kominfo.jateng yang dinilai oleh coder yakni komentar tidak berpihak sejumlah 186 komentar, komentar menyetujui sejumlah 179 komentar dan komentar memberi saran sejumlah 62 komentar. Sedangkan komentar negatif yakni komentar penghinaan sejumlah 10 komentar, komentar memprovokasi sejumlah 6

komentar, komentar menolak sejumlah 28 komentar dan komentar tidak jelas sejumlah 50 komentar.

4. Netizen memberikan opini publik yang diwakili oleh coder menunjukkan kecenderungan positif. Hal tersebut berpengaruh pada kredibilitas Ganjar Pranowo sebagai tokoh publik. Hasil penilaian coder menunjukkan kecenderungan sikap yang positif yang artinya informasi tentang Ganjar Pranowo dapat diterima oleh masyarakat dan citra Ganjar Pranowo sebagai pemimpin Provinsi Jawa Tengah dinilai baik.

DAFTAR PUSTAKA

E-book

Halik, Abdul. (2013). Komunikasi Massa. Makassar: Alauddin University Press.

Littlejohn, Stephen W. and Karen A. Foss. (2009). Encyclopedia of Communication Theory. Sage Publications, Inc.

Wahid, Umaimah. (2016). Komunikasi Politik (Teori, Konsep dan Aplikasi pada Era Media Baru. Simbiosis Rekatama Media, Bandung.

Jurnal

Astari, Nabilla. (2021). Sosial Media Sebagai Media Baru Pendukung Media Massa untuk Komunikasi Politik dalam Pengaplikasian Teori Agenda Setting; Tinjauan Ilmiah pada Lima Studi Kasus dari Berbagai Negara. Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis, Vol. 3 No. 1 dalam <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.190> diakses pada 28 Juni pukul 19.49 WIB.

Choiriyati, Sri. (2015). Peran Media Massa Dalam Membentuk Opini Publik. Jurnal Perspektif, Vol 2, No. 2, pp 21-27 dalam <http://journal.uml.ac.id/PF/article/download/143/126> diakses pada tanggal 13 Juli 2021 pukul 20.06 WIB.

Hauben, Michael. (1998). The Net and Netizens : The Impact the Net has on People's Lives (Chapter 1). First Monday, Volume 3, Number 7, Page 1-21 dalam <https://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/607> diakses pada 18 Juli pukul 12.44 WIB.

Kalangi, J.S. (2016). Perilaku Komunikasi Mahasiswa Pengguna Sosial Media Path (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Sam Ratulangi). E-Journal Acta Diurna, Vol 5, No.3, pp 1-5 dalam <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/download/12775/12367> diakses pada tanggal 15 Juli pukul 18.15 WIB.

Kurnia, Novi. (2005). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media

Baru : Implikasi Terhadap Teori. Jurnal Komunikasi, Vol 6, No. 2, 291-296 dalam <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/download/1197/751> diakses pada tanggal 13 Juli 2021 pukul 20:17 WIB.

Munzir,dkk. (2019). Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA. Journal of Governance and Political Social UMA), vol 7 no. 2, pp. 173-182 dalam <http://ojs.uma.ac.id/index.php/jppuma> diakses pada tanggal 15 Juni 2021 pukul 17.50 WIB.

Najoan, dkk. (2017). Peranan Komunikasi Tokoh Masyarakat dalam Meminimalisir Kesenjangan Sosial di Kelurahan Mampang Kota Depok Jawa Barat. E-Journal-Acta Diurna, Vol 6, No.3, pp 1-11 dalam <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/17375> diakses pada tanggal 18 Juli

Warner. (2017). Designing Talk in Social Networks: What Facebook Teaches About Conversation. Language Learning & Technology, Volume 21, Issue 2 pp. 121–138 dalam <https://core.ac.uk/download/pdf/211322205.pdf> diakses pada tanggal 16 Juni 2021 pukul 10.23 WIB.

Internet

Allstars.id. (2021). Ini Daftar Selebgram Indonesia dengan Penghasilan Paling Wow!. <https://www.allstars.id/blog/2021/02/>

[26/daftar-selebgram-indonesia/](https://www.allstars.id/blog/2021/02/26/daftar-selebgram-indonesia/) diakses pada tanggal 29 Juni 2021 pukul 11.57 WIB.

Jatengprov.id. (2020). Ungguli Jakarta dan Jabar, Jateng Provinsi Terbaik Keterbukaan Informasi Publik. <https://jatengprov.go.id/publik/ungguli-jakarta-dan-jabar-jateng-provinsi-terbaik-keterbukaan-informasi-publik/> diakses pada 15 Juni 2021 pukul 21.57 WIB.

Kbbi.web.id. (2021). Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online. <https://kbbi.web.id/> diakses pada 11 Juli 2021 11.45 WIB.

Kompas.com. (2020). Survei IPI: 18,7 Persen Publik Pilih Ganjar Jadi Presiden. <https://www.kompas.tv/article/118579/survei-ipi-18-7-persen-publik-pilih-ganjar-jadi-presiden> diakses pada 15 Juni 2021 pukul 21.29 WIB.

Tempo.CO. (2019). KPK akan Periksa Lagi Ganjar Pranowo dalam Kasus Korupsi E-KTP. <https://nasional.tempo.co/read/1203978/kpk-akan-periksa-lagi-ganjar-pranowo-dalam-kasus-korupsi-e-ktp> diakses pada 15 Juni 2021 pukul 20.03 WIB.

Skripsi

Lusiana, Firda. (2017). Pemaknaan Terhadap Pesan Gambar dalam Komik Digital di Akun Instagram @kopikipli.

Skripsi. Univeritas Muhammadiyah
Malang.

Mukherjee. (2018). Analyzing User
Discussion Dynamics in Social
Media Platforms. Thesis.
Indraprastha Institute of Information
Technology, New Delhi.