

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, N. (2024, Agustus Kamis, 22). *Detikpedia*. Retrieved from Detik.com: <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-7502659/apa-arti-peringatan-darurat-bergambar-garuda-biru-di-medsos-ini-penjelasan-nya>
- Annur, C. M. (2023, Oktober 28). *Teknologi dan Telekomunikasi*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/16d2a8a4aaa0bc2/indonesia-jadi-negara-dengan-pengguna-instagram-terbanyak-ke-4-di-dunia?utm>
- Arfian Suryasuciramdhan, I. W. (2024). Analisis Framing Pemberitaan Kasus Ujaran Kebencian Dalam Kolom Komentar Akun Instagram Dan Tiktok Teuku Ryan. *Jurnal Teknik Informatika, Sains dan Ilmu Komunikasi*, 26-36.
- Atmoko. (2012). Instagram Handbook: Tips Fotografi Ponsel. *Media Kita*.
- Berelson, B. R. (1954). Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign. *University of Chicago Press*.
- Dini Nur Azizah Putri, S. A. (2025). Tindak Tutur Direktif Komentar Warganet dalam Postingan Najwa Shihab tentang “Peringatan Darurat” . *TALENOVA*.
- Earnshaw. (2017). Perkembangan media baca di era digital dalam perspektif komunikasi, teknologi, dan masyarakat. *BIBLIOTIKA: Jurnal Kajian Perpustakaan dan Informasi*, 70.
- Entman. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 51-58.
- Eriyanto. (2011). *Analisis isi: Pengantar metodologi untuk penelitian ilmu komunikasi dan ilmu-ilmu sosial lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Fitria Ayuningtyas, Y. T. (2022). Pendampingan “Cerdas dalam Penggunaan Gadget” Bagi Anak. *Charity Jurnal pengabdian masyarakat* .
- Hakim Abdul Ghani, I. N. (2024). Penerimaan Warganet Terhadap Berita Dari Influencer vs Media Massa (Analisis Penerimaan Pembaca Terhadap Berita yang Dibuat Influencer vs Media Massa di Media Sosial) (Studi Kasus Garut Update vs Harian Garut News). *JESM Journal of Entrepreneurship and Strategic Management*, 51-69 .
- Hariyanto. (2017). Analisis penggunaan gaya bahasa sarkasme netizen di media sosial. . *Bersatu: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 136–145.
- Hermawan. (2024, Maret senin, 18). *Ruang Publik Digital Mempengaruhi Kemampuan Komunikasi Interpersonal Seseorang*. Retrieved from Askara: <https://www.askara.co/read/2024/03/18/44228/ruang-publik-digital-mempengaruhi-kemampuan-komunikasi-interpersonal--seseorang-?utm>

- humas, i. (2024, juli 9). *Mengenal 7 Jenis Opini Publik*. Retrieved from Mengenal 7 Jenis Opini Publik: <https://www.humasindonesia.id/berita/mengenal-7-jenis-opini-publik-2231?utm>
- Husein, U. (2003). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Indrawan. (2017). Opini publik netizen terhadap pencemaran nama baik di media online. *Jurnal Komunikasi dan Opini Publik*, xx-xx.
- Irwansyah, Y. L. (2021). NARASI PERSUASI SOCIAL MEDIA INFLUENCER DALAM MEMBANGUN KONSEP KECANTIKAN DAN KEPERCAYAAN DIRI . *JURNAL PUSTAKA KOMUNIKASI*, 173-186.
- Jue, A. L. (2010). Media sosialat Work : How Networking Tools Propel Organizations Performance. . *San Francisco : Jossey-Bass a WileyImprint*.
- Junaidi, R. &. (2019). Analisis Strategi Konten dalam Meraih Engagement pada Media Sosial. *Prologia*, 231–237.
- Kallerman, A. &. (2020). PENGEMBANGAN MEDIA PEMBELAJARAN VIDEO BERBASIS ANIMASI MATA KULIAH ILMU BAHAN BANGUNAN DI PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNIK BANGUNAN FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA. *Jurnal Pendidikan Teknik Sipil (Jpensil)*, 8-18.
- Kaplan, A. &. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 59–68.
- Karmila Pare Allo, W. W. (2025). Dampak Konten Viral di Platform Instagram: Tantangan dan Konsekuensi. *Literatify : Trends in Library Developments*, 2722-1571 (p-ISSN)2723-0953 (e-ISSN).
- Kozinets. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Thousand Oaks: CA: SAGE Publications Ltd.
- Lintang, I. (2024, September Senin, 2). *10 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia 2024*. Retrieved from inilah.com: <https://www.inilah.com/data-pengguna-media-sosial-indonesia?utm>
- Majalah Tempo. (2025, Juni 8). *Cara Membuat Postingan Kolaborasi di Instagram*. Retrieved from Tempo: <https://www.tempo.co/digital/cara-membuat-postingan-kolaborasi-di-instagram-1673257?utm>
- Morgan. (2007). Paradigms lost and pragmatism regained: Methodological implications of combining qualitative and quantitative methods. *Journal of Mixed Methods Research*, 48–76.
- Natadiputra, R. (1987). opini publik. *fikom jurnalistik*.
- Ni Ketut Sri Purniawati, G. N. (2024). Multimedia Interaktif Berbasis Pendekatan Kontekstual Materi Nama dan Lambang Bilangan bagi Siswa Kelas III Sekolah Dasar. *INDONESIAN JOURNAL OF INSTRUCTION*, 263-273.

- Noelle-Neumann, E. (1993). *The spiral of silence: Public opinion – our social skin* (2nd ed.). *University of Chicago Press*.
- Opini Followers Terhadap Penggunaan Celebrity Endorser Ian Hugen pada Iklan Kind Series di Instagram @skingameofficial. (2022). *JURNAL E-KOMUNIKASI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS KRISTEN PETRA, SURABAYA*.
- Permana, R. &. (2019). Komodifikasi pesan dan viralitas informasi dengan metode “Like, Share, Comment, and Subscribe” pada YouTube. *Media Bahasa, Sastra, dan Budaya Wahana*, 1-6.
- Rahayu, A. (2022, September). *Stratified Random Sampling*. Retrieved from Stratified Random Sampling: <https://binus.ac.id/malang/2022/09/stratified-random-sampling/?utm>
- Raihan Jati Utomo), R. G. (2023). INFLUENCER CULTURE DAN PEMBENTUKAN MASYARAKAT KONSUMSI DI INSTAGRAM @RACHELVENNYA. *SOSFILKOM*.
- Retno Khairani Effendi, I. A. (2022). STRATEGI MEMBANGUN PERSONAL BRANDING ACNE FIGHTER BEAUTY INFLUENCER AZHARI IRSALNA DI AKUN INSTAGRAM @Azhirs. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*.
- Rico, D. S. (2024). KOMUNIKASI SEBAGAI ALAT KONTROL SOSIAL: ANALISIS KRITIS . *Jurnal Terapung : Ilmu – Ilmu Sosial*, 2656-2928.
- Rivalda Gaspersz, M. P. (2024). PERAN INFLUENCER MEDIA SOSIAL DALAM MEMBENTUK OPINI PUBLIK: SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW PADA STUDI KASUS DI INDONESIA . *Jurnal BADATI Ilmu Sosial & Humaniora* , 253-266.
- Sarrah Kurnia Fadhillah, Y. S. (2025). Analisis Komentar Netizen di Instagram pada Pemberitaan Pemecatan Shin Tae-Yong. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 196-205 .
- Scott, S. (2025, Januari 30). *70+ Social Media Stats for 2025*. Retrieved from Meltwater: <https://www.meltwater.com/en/blog/social-media-statistics?utm>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendra, S. &. (2024). Peran Komunikasi Digital dalam Pembentukan Opini Publik: Studi Kasus Media Sosial. *Iapa Proceedings Conference*, 293-315.

- Umpuan, A. (2021). Analisis Isi Kualitatif Pada Periode Agustus 2021-Desember 2021 Dalam Membentuk Personal Brand (Personal Brand Najwa Shihab Melalui Akun Instagram@najwashihab) . *Mercu Buana*.
- University, U. S. (2024, september 23). *Kenapa Konten Bisa Viral ?* Retrieved from Universitas Stikubank Digital Youth Entrepreneurial University:
<https://www.unisbank.ac.id/v3/kenapa-konten-bisa-viral/>
- Yamane. (1967). *Elementary Sampling Theory*. Englewood Cliffs. Englewood Cliffs: New Jersey.