

**PENGARUH KONTEN SOSIAL POLITIK DI INSTAGRAM
TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP KRITIS
(Studi Korelasi pada Mahasiswa Pengikut Akun Instagram
Aliansi Rakyat Bergerak @gejayanmemanggil)**

SKRIPSI

diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi



oleh
Devi Puspitasari
NIM 1806894

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2022

LEMBAR PENGESAHAN

Devi Puspitasari

**PENGARUH KONTEN SOSIAL POLITIK DI INSTAGRAM
TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP KRITIS**

**(Studi Korelasi pada Mahasiswa Pengikut Akun Instagram
Aliansi Rakyat Bergerak @gejayanmemanggil)**

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I,



Dr. Ridwan Effendi, M.Ed.
NIP. 19620926198904001

Pembimbing II,



Dra. Yani Kusmarni, M.Pd.
NIP. 196601131990012002

**Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia,**



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar A., M.Si.
NIP. 198507172014041001

**PENGARUH KONTEN SOSIAL POLITIK DI INSTAGRAM
TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP KRITIS**

**(Studi Korelasi pada Mahasiswa Pengikut Akun Instagram
Aliansi Rakyat Bergerak @gejayanmemanggil)**

Oleh

Devi Puspitasari

Sebuah Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Pendidikan Ilmu
Pengetahuan Sosial

© Devi Puspitasari

Universitas Pendidikan Indonesia

2022

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak
ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa seizin dari penulis.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan media baru membuka ruang yang lebih luas bagi masyarakat untuk mengolah suatu informasi. Instagram sebagai salah satu media sosial yang paling banyak digunakan juga telah dimanfaatkan sebagai media penyampaian informasi. Kebebasan atas pengelolaan informasi seperti halnya mengakses, memproduksi dan mendistribusikan informasi secara cepat dan tanpa batas mampu melemahkan kontrol terhadap konten sehingga menimbulkan kekhawatiran akan maraknya kekeliruan informasi yang beredar di masyarakat, seperti halnya konten pada ranah sosial politik. Memiliki sikap kritis dalam hal ini dinilai penting agar tidak terjerumus dan terprovokasi dalam situasi yang diskenariokan. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari konten sosial politik di Instagram terhadap pembentukan sikap kritis. Metode yang digunakan adalah kuantitatif korelasional dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang berstatus mahasiswa dan merupakan pengikut akun Instagram @gejayanmemanggil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten sosial politik di Instagram terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembentukan sikap kritis.

Kata Kunci: Konten Sosial Politik, Sikap Kritis, Instagram, Mahasiswa

ABSTRACT

Technological development and new media open a more expansive space for people to process information. As one of the most widely used social media, Instagram has also been used as a medium for delivering information. Freedom of information management, such as accessing, producing, and distributing information quickly and without limits, can weaken control over the content, thus raising concerns about the rise of misinformation circulating in the community, such as content in the socio-political realm. A critical attitude in this regard is considered necessary so as not to fall into and be provoked in the situation scenarios. Therefore, the purpose of this study is to determine whether there is an influence of socio-political content on Instagram on the formation of critical attitudes. The method used is correlational quantitative by distributing questionnaires to 100 respondents who are students and followers of the @gejayanmemanggil Instagram account. The results showed that socio-political content on Instagram proved to have a positive and significant effect on forming critical attitudes.

Keywords: Socio-Political Content, Critical Attitude, Instagram, College Students

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	1
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Konsep dan Pemaknaan Konten Sosial Politik	15
2.2 Instagram sebagai Media Informasi Edukasi	16
2.3 Pesan Sosial Politik dalam Bingkai Komunikasi Visual	18
2.4 Pemahaman dan Pembentukan Sikap Kritis Publik	21
2.5 Teori-teori Rujukan sebagai Premis Penelitian	23
2.5.1 Teori S-O-R	23
2.5.2 Teori Media Baru (<i>New Media Theory</i>)	25
2.6 Kerangka Berpikir	27
2.7 Paradigma Penelitian	29
2.8 Hipotesis Penelitian	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Desain Penelitian	32
3.2 Partisipan Penelitian	33
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	33
3.4 Instrumen Penelitian	35
3.4.1 Kuesioner	35
3.4.2 Studi Kepustakaan	35
3.4.3 Skala Pengukuran	36
3.5 Operasionalisasi Variabel	37
3.6 Pengujian Instrumen Penelitian	45
3.6.1 Uji Validitas	45
3.6.2 Uji Reliabilitas	47
3.7 Prosedur Penelitian	48
3.8 Teknik Analisis Data	49
3.8.1 Analisis Data Deskriptif	49
3.8.2 Uji Normalitas	50
3.8.3 Uji Multikolinearitas	51
3.8.4 Uji Heteroskedastisitas	51
3.9 Uji Hipotesis	52
3.9.1 Uji Korelasi	52
3.9.2 Uji Regresi Linear Berganda (ARM)	52
3.9.3 Uji Simultan (Uji-F)	53
3.9.4 Uji Parsial (Uji-T)	54
3.9.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2) dan Adjusted R^2	54

BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Profil Responden	56
4.2 Karakteristik Responden	56
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
4.3 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden	59
4.3.1 Analisis Deskripsi Konten Sosial Politik di Instagram	60
4.3.1.1 Analisis Deskripsi Aspek <i>Coherent</i> Pada Konten Sosial Politik	61
4.3.1.2 Analisis Deskripsi Aspek <i>Clear</i> Pada Konten Sosial Politik	63
4.3.1.3 Analisis Deskripsi Aspek <i>Complete</i> Pada Konten Sosial Politik	64
4.3.1.4 Analisis Deskripsi Aspek <i>Concrete</i> Pada Konten Sosial Politik	65
4.3.1.5 Analisis Deskripsi Aspek <i>Context</i> Pada Konten Sosial Politik	67
4.3.1.6 Analisis Deskripsi Aspek <i>Concise</i> Pada Konten Sosial Politik	68
4.3.1.7 Analisis Deskripsi Aspek <i>Courteous</i> Pada Konten Sosial Politik	69
4.3.2 Gambaran Umum Pembentukan Sikap Kritis	71
4.4 Uji Asumsi Klasik	72
4.4.1 Uji Normalitas	73
4.4.2 Uji Multikolinearitas	74
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	75
4.5 Uji Hipotesis	76
4.5.1 Uji Korelasi	76
4.5.2 Uji Regresi Linear Berganda	78
4.5.3 Uji Simultan (Uji F)	80
4.5.4 Uji Parsial (Uji T)	80
4.5.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2) dan Adjusted R^2	82
4.6 Pembahasan	83
4.6.1 Pembahasan Aspek <i>Coherent</i> Pada Konten Sosial Politik di Instagram Terhadap Pembentukan Sikap Kritis	84
4.6.2 Pembahasan Aspek <i>Clear</i> Pada Konten Sosial Politik di Instagram Terhadap Pembentukan Sikap Kritis	85
4.6.3 Pembahasan Aspek <i>Complete</i> Pada Konten Sosial Politik di Instagram Terhadap Pembentukan Sikap Kritis	86
4.6.4 Pembahasan Aspek <i>Concrete</i> Pada Konten Sosial Politik di Instagram Terhadap Pembentukan Sikap Kritis	88
4.6.5 Pembahasan Aspek <i>Context</i> Pada Konten Sosial Politik di Instagram Terhadap Pembentukan Sikap Kritis	89
4.6.6 Pembahasan Aspek <i>Concise</i> Pada Konten Sosial Politik di Instagram Terhadap Pembentukan Sikap Kritis	91
4.6.7 Pembahasan Aspek <i>Courteous</i> Pada Konten Sosial Politik di Instagram Terhadap Pembentukan Sikap Kritis	92
4.6.8 Pembahasan Pengaruh Konten Sosial Politik di Instagram Terhadap Pembentukan Sikap Kritis	83
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	99
5.1 Simpulan	99
5.2 Implikasi	101
5.2.1 Implikasi Teoritis	101
5.2.2 Implikasi Praktis	102
5.3 Rekomendasi	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN	113

DAFTAR PUSTAKA

- Afizha, J., & Kholik, A. (2021). Penerapan Komunikasi Efektif 7C dalam Pelayanan Informasi Publik oleh Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang Jakarta II. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 3(3), 111-125.
- Alkadri, R., Arifin, R., Holish, A. M., Sari, D. P., & Resthiningsih, L. (2021). Covid-19 dan Studi Hukum: Bagaimana Mahasiswa Mencermati Peluang Publikasi di Tengah Pandemi?. In *Seminar Nasional Hukum Universitas Negeri Semarang*, 7(1), 395-424.
- Allport, G.W. (1935). *Attitudes*. In: Murchison, C., Ed., *Handbook of Social Psychology*. Winchester, MA: Clark University Press
- Ambarsari, Z. (2020). Penggunaan Instagram sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia pada Era 4.0. *Prosiding Seminar Nasional PBSI-III Tahun 2020: Inovasi Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia Guna Mendukung Merdeka Belajar pada Era Revolusi Industry 4.0 dan Society*. 81-86. FBS Unimed Press.
- Ardiansyah, Marwan, & Ubaidullah. (2020). Pengaruh Konten Media Garis Keras terhadap Sikap Radikal. *Journal of Political Sphere (JPS)*, 1(2), 1–14.
- Ardianto, E. (2013). *Handbook of Public Relations: Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Argenti, G. (2016). Gerakan Sosial di Indonesia: Studi Kasus Gerakan Mahasiswa Tahun 1974. *Jurnal Politikom Indonesiana*, 1(1), 4-4.
- Arikunto, S. (2010). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Astleitner, H. (2002). Teaching Critical Thinking. *Journal of Instructional Strategy*, 29(2), 53–76.
- Bajri, R. A. D., & Irwansyah, I. (2019). Tujuh ‘C’ dalam Program Humas Jakarta Smart City. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 1(1), 48-65.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita
- Azwar, Saifudin (1988). *Sikap Manusia*. Yogyakarta: Liberty
- Batoebara, M. U. (2019). Media Kritis, Pemerintah Berang. *Network Media*, 2(1), 58-64.

- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Cahyono, H. (2019). Peran Mahasiswa di Masyarakat. *De Banten-Bode: Jurnal Pengabdian Masyarakat Setiabudhi*, 1(1), 32-41.
- Cangara, Hafied. (2017). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press
- Cohn, Theodore H. (2012). *Global Political Economy: Theory and Practice Sixth Edition*. Illinois: Pearson Education Inc.
- Creswell. J. W. (2005). *Educational Research. Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Reserach, Second Edition*. New Jersey: Pearson Merrill Prentice Hall
- Dharma, Surya. (2008). *Pendekatan, Jenis, dan Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Direktur Tenaga Kependidikan Ditjen PMPTK.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Dewantara, R. W., & Widyharto, D. S. (2015). Aktivisme dan Kesukarelawanan dalam Media Sosial Komunitas Kaum Muda Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 19(1), 40-52.
- Dewanti, M. (2022). *Analisis Sikap Politik Masyarakat pada Tiktok Melalui Konten Politik dalam Challenge Welcome to Indonesia 2021* (Doctoral dissertation, Institut Pemerintahan Dalam Negeri).
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2018). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Eroglu, S. A., Machleit, K. A., & Davis, L. M. (2001). Atmospheric Qualities of Online Retailing: A Conceptual Model and Implications. *Journal of Business Research*, 54(2), 177-184.
- Etter, M., Ravasi, D., & Colleoni, E. (2019). Social Media and The Formation of Organizational Reputation. *Academy of Management Review*, 44(1), 28–52.

- Fatanti, M. N., & Prabawangi, R. P. (2021). Meme Politik dalam Ruang Wacana Komunikasi Politik di Indonesia. *Diakom : Jurnal Media dan Komunikasi*, 4(2), 163–174.
- Freberg, K. (2018). *Social Media for Strategic Communication: Creative Strategies and Research-Based Applications*. California: Sage Publications.
- Fuadi, A. (2020). Social Media Power For Protest in Indonesia: The Yogyakarta's #Gejayanmemanggil Case Study. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 4(3), 541-552.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro.
- Green, T. D., & Brown, A. H. (2017). *The Educator's Guide to Producing New Media and Open Educational Resources*. New York: Routledge.
- Greenhow, C., & Robelia, B. (2009). Old Communication, New Literacies: Social Network Sites as Social Learning Resources. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 1130–1161.
- Hadi, Sutrisno. (1991). *Analisis Butir untuk Instrumen Angket, Tes, dan Skala Nilai*. Yogyakarta: FP UGM.
- Hamdi, A. S., & Bahrudin, E. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hanurawan, F. (2012). Sikap Mahasiswa terhadap Penggunaan Diskusi Isu-Isu Kontroversial. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 18(2), 135–141.
- Hanurawan, F., & Waterworth, P. (2004). Applying Critical Thinking to Value Education. *Pendidikan Nilai*, 11(2), 1–14.
- Haryono, H. F. (2018). Pengaruh Internet dan Media Sosial terhadap Pola Perilaku Komunikasi di Masyarakat. *Surabaya: Universitas Dr. Soetomo*.
- Isnaini, M., Marta, R. F., Septiarysa, L., Atmadja, V., & Michelle, M. (2021). Determinan Karakteristik Konten dan Pengaruhnya terhadap Penerimaan Pengguna pada Aplikasi Travelation. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 25(2), 237-250.

- Jacoby, J. (2002). Stimulus-Organism-Response Reconsidered: An Evolutionary Step in Modeling (Consumer) Behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 12(1), 51–57.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Jiwandono, I. S., & Oktavianti, I. (2020). Analisis Aksi Demonstrasi Mahasiswa Menolak RUU KUHP dan RUU KPK Antara Sikap Kritis dan Narsis. *Jurnal Asketik*, 4(1), 154-162.
- Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & Pal, D. K. (2015). *Likert Scale : Explored and Explained*. 7(4), 396–403.
- Jubba, Hasse. (2012). Anarkisme Demonstrasi Mahasiswa: Studi Kasus pada Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. *Jurnal Studi Pemerintahan*, 3(1), 49-70.
- Juditha, C. (2018). Hoax Communication Interactivity in Social Media and Anticipation (Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya). *Pekommas*, 3(1), 31-44.
- Karo, S. B. (2010). Hubungan Karakteristik Siswa SMA Depok dan Terpaan Media dengan Sikap Kritis Menonton Televisi. *Jurnal Komunikasi*, 5(1), 57-70.
- Kinantiar, D. A. (2018). *Pengaruh Akun Instagram Hipwee terhadap Sikap Followersnya*. Almamater Wartawan Surabaya.
- King, Alison. (1995). Inquiring Minds Really Do Want to Know: Using Questioning to Teach Critical Thinking. *Teaching of Psychology*, 22, (1), 13-17.
- Kohlberg, L. (1973). The Claim to Moral Adequacy of a Highest Stage of Moral Judgment. *Journal of Philosophy*, 70(18), 630–646.
- Komang, I., Putra, A. M., Angga, K., & Astina, D. (2019). Pemanfaatan Media Instagram Multiple Post sebagai Sarana Edukasi Berbasis Visual Bagi Warganet. *Jurnal Nawala Visual*, 1(2), 113-121.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

- Kurnia, N. (2005). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 6(2), 291-296.
- Kusnendi. (2008). *Model-model Persamaan Struktural*. Bandung: Alfabeta.
- Kusnendi. (2017). *Handout Statistika Penelitian dan Analisis Data dalam Penelitian Non Eksperimen Model Regresi Persamaan Tunggal*. Program Studi Pendidikan Ekonomi Sekolah Pascasarjana Universitas Kuningan.
- Pissa, L. A. A. A. (2022). Pendekatan Public Relations Politik di Media Sosial dalam Pembentukan Citra Politik. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 3(1), 9-17.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2014). Encyclopedia of Communication Theory. In *Family Communication*. Thousand Oaks: Sage Publication.
- Madjid, A., & Subuh, R. (2019). Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Khairun. *ETNOHISTORI: Jurnal Ilmiah Kebudayaan dan Kesenjaraan*, 6(2), 199-213.
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1-9.
- Mappa, A. A. (2020). *Analisis Framing Gerakan Sosial Menolak Rancangan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (RKUHP) dalam Akun Instagram @gejayanmemanggil*. Universitas Hasanuddin
- Mason, R. (2006). Learning Technologies For Adult Continuing Education. *Studies in Continuing Education*, 28(2), 121-133.
- Maulana, J. (2021). Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Sosial Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Islam Kalimantan. *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 1-10.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Meinal, T. R., & Pratama, W. (2019). Kajian Estetika Komunikasi Visual Buatan Sebagai Metode Ukur Destinasi Wisata “Instagramable.” *Seminar Nasional Pariwisata*.

- Mofferz, M. W. (2020). Meretas Makna Post-Truth: Analisis Kontekstual Hoaks, Emosi Sosial dan Populisme Agama. *SOCIETAS DEI: Jurnal Agama dan Masyarakat*, 7(1), 3-34.
- Molan, B. (2012). *Logika (Ilmu dan Seni Berpikir Kritis)*. Jakarta: Indeks.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Murphy, H. A. & Hildebrant, H. W. (1991). *Effective Business Communication*. New York: Mc. GrawHill
- Nambo, A. B., & Puluhuluwa, M. R. (2005). Memahami Tentang Beberapa Konsep Politik (Suatu Telaah dari Sistem Politik). *Jurnal Sosial dan Pembangunan*, 21(2), 262–285.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nofrima, S., & Nurmandi, A. (2020). Cyber-activism on The Dissemination of #Gejayanmemanggil: Yogyakarta' s Student Movement. *Jurnal Studi Komunikasi*, 4(March), 103–116.
- Nofrima, S., & Qodir, Z. (2021). Gerakan Sosial Baru Indonesia: Studi Gerakan Gejayan Memanggil 2019. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 16(1), 185-210.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi penelitian sosial*. Media Sahabat Cendekia.
- Nurmuhammad, R., & Pamungkas, I. N. A. (2020). Pengaruh Konten Instagram terhadap Sikap Konsumen Game Mobile PT Agate International. *eProceedings of Management*, 7(1), 1752-1767.
- Palmieri, S. A. (2008). Petition Effectiveness: Improving Citizens' Direct Access To Parliament. *Australasian Parliamentary Review*, 23(1), 121-135.
- Perbawasari, S., Budiana, H. R., Komariah, K., & Sani, A. (2014). Pemberdayaan Komunikasi Visual Politik di Kalangan Pemilih Pemula Implementasi Ilmu Komunikasi dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat di Jawa Barat. *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat*, 3(1), 32-35.
- Perloff, R.M. (1993). *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in The 21st Century*. Routledge.

- Pittman, M., & Reich, B. (2016). Social Media and Loneliness: Why an Instagram Picture May Be Worth More Than a Thousand Twitter Words. *Computers in Human Behavior*, 62, 155-167.
- Prakoso, S. G., Yuliarti, M. S., & Anggreni, L. S. (2017). The Importance of Social Media Literacy for Students in Globalization Age. *The International Conference on Design and Technology. KnE Social Sciences*, 191-197.
- Putra, I. G. B. V., & Noak, P. A. (2018). Gerakan Sosial Politik Meme Pada Media Sosial Instagram Untuk Bali Tolak Reklamasi. *Jurnal Nawala Politika*, 1(1), 1-11.
- Putri, D.K. (2022) Pengaruh Unggahan Instagram @nadyaluqyana sebagai Pengguna Vape terhadap Sikap Followers. *Commercium*, 5(3), 168-178.
- Rahayu, M., Wartiyati, & Farida, R. (2013). Wujud Sikap Kritis Mahasiswa terhadap Permasalahan Sosial dalam Pergerakan Mahasiswa. *Epigram*, 9(2), 144-149.
- Ranjabar, J. (2015). *Dasar-dasar Logika*. Bandung: Alfabeta.
- Raut, V., & Patil, P. (2016). Use of Social Media in Education: Positive and Negative impact on the students. *International Journal on Recent and Innovation Trends in Computing and Communication*, 4(1), 281–285.
- Rohman, A. (2020). Sisi Positif dan Negatif Demonstrasi Pada Negara Demokrasi Dimasa Pandemi. *Binamulia Hukum*, 9(2), 153-170.
- Røpke, I. (2009). Theories of practice—New inspiration for ecological economic studies on consumption. *Ecological economics*, 68(10), 2490-2497.
- Saputra, I., & Asih, N. W. (2017). Kepemimpinan perempuan dan pilkada serentak. *ARISTO*, 5(1), 141-162.
- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi Edukasi. *PERSEPSI: Communication Journal*, 3(1), 23-36.
- Sarwono, S. W. (1997). *Pengantar Umum Psikologi*. Jakarta: Bulan bintang.
- Sendjaja, S. D. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Shea, V. (1994). *Netiquette*. San Francisco: Albion Books.
- Sihombing, D. (2015). *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia.

- Simarmata, J. (2011). *Rekayasa Web*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Solis, B. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Sugiyono. (2010). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsih, & Mahendra, I. (2007). *Bergerak Bersama Rakyat, Sejarah Gerakan Mahasiswa dan Perubahan Sosial di Indonesia*. Yogyakarta: Risist Book.
- Susanto, A. S. (1983). *Pengantar Sosiologi dan Perubahan Sosial*. Jakarta: Binacipta.
- Suwondo. (2002). *Gerakan Mahasiswa Bandar Lampung*. Universitas Indonesia.
- Tapung, M. M., Edu, L. A., & Jaya, P. R. P. (2019). Kemampuan Bermedia dan Daya Kritis Para Mahasiswa di Kabupaten Manggarai–Flores. *Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*, 6(2), 129-140.
- Tubbs, S.L., & Moss, S. (2008). *Humas Communication: Principles and Contexts 11th Edition*. New York: McGraw Hill.
- Umar, H. (2002). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi
- Ward, I. (1995). *Politics of The Media*. Melbourne: Mac Milan.
- We Are Social, & Hootsuite. (2021). *Digital 2021 Global Digital Overview (January 2021)*. London.
- We Are Social, & Hootsuite. (2022). *Digital 2022 Global Digital Overview (February 2022)*. London.
- Yogiswari, K. S., & Suadnyana, I. B. P. E. (2019). Hoax di Era Post-Truth dan Pentingnya Literasi Media. In *Seminar Nasional Filsafat (SENAFI) I*, 173-182.
- Yusuf, S. (2012). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Zani, R., Ali, S., & Samanol, S. (2011). Effective Communication Leads to

Productivity Improvement in Organizations. *Elixir Management Arts*, 39, 4818–4821.

Zhang, L. (2013). *Mobile Phone Technology Engagement in EFL Classroom*. In *2013 International Conference on Software Engineering and Computer Science*. 171-174. Atlantis Press.

Zhu, A. Y. F., Chan, A. L. S., & Chou, K. L. (2019). Creative Social Media Use and Political Participation in Young People: The Moderation and Mediation Role of Online Political Expression. *Journal of Adolescence*, 77, 108-117.