

## DAFTAR PUSTAKA

- Annas, F. B., Petranto, H. N., & Pramayoga, A. A. (2019). Opini Publik Dalam Polarisasi Politik Di Media Sosial. *Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan)*, 20(2), 111. <https://doi.org/10.31346/jpikom.v20i2.2006>
- Ayuningtyas, F., & Uljanatunnisa. (2019). The power of word of mouth to establish brand positioning (a case study of the house of raminten as a modern style of Angkringan traditional in Yogyakarta, Indonesia). *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 27(2), 1325–1337.
- Betty R.F.S. Soemirat, E. Y. (2014). *Opini Publik*. Universitas Terbuka.
- Carr, C. T. (2021). *Computer-Mediated Communication A Theoretical and Practical Introduction to Online Human Communication*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Chirpty. (2022). *No Title*. <https://chirpty.com/user/Txtdrberseragam>
- CNN. (2021). *Pengguna Twitter Diprediksi Mandek di 2021*. Cnnindonesia.Com. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20210210162740-185-604824/pengguna-twitter-diprediksi-mandek-di-2021>
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian kualitatif & desain riset : memilih diantara lima pendekatan*. Pustaka Pelajar.
- Devito, J. A. (2011). *Komunikasi Antar Manusia*. Karisma Publishing.
- Hermawanti, F., Prisanto, G. F., Yulianto, K., & Ruliana, P. (2019). *Pengaruh Terpaan Media #GundikLintasBUMN Pada Twitter terhadap persepsi profesi pramugari*. <https://doi.org/10.29313/.v7i1.27198>
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Block of Social Media. *Business Horizon*, 241–251.
- Kominfo. (2018). *Media Sosial*. Center for Digital Society (CFDS) – UGM.
- Kozinets, R. V. (2010). Netnography: Doing ethnographic research online. In *International Journal of Advertising* (Vol. 29, Issue 2). <https://doi.org/10.2501/S026504871020118X>
- Kusnandar, V. B. (2021). *Penetrasi Internet Indonesia Urutan ke-15 di Asia pada 2021*. Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/12/penetrasi-internet-indonesia-urutan-ke-15-di-asia-pada-2021#>
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Salemba Humanika.
- Mehta, R., & Gretter, S. (2016). *Hashtag Activism and Gender Advocacy : A Virtual Ethnography of Activism on Twitter*. August.
- Morissan. (2014). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana Prenadamedia Group.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2014). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana Prenadamedia Group.
- Moy, P., & Bosch, B. J. (2013). *Theories of public opinion, In Handbook of Communication Science. Vol. 1 : Theories and Models of Communication*.
- Mulyana, D. (2015). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya,*

- Sosioteknologi* (Kedua). Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2016). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)* (Kedua). Kencana Prenadamedia Group.
- Nasrullah, R. (2017). *Etnografi Virtual*. Simbiosis Rekatama Media.
- Rinaldi, A. R., Damanik, J., & Mutiarin, D. (2021). Analisis Netnografi Sentimen Pengguna Twitter Terhadap Pembukaan Kembali Pariwisata Di Tengah Pandemi Covid-19. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 6(1), 27. <https://doi.org/10.25078/pba.v6i1.1982>
- Rizaty, M. A. (2021). *Siapa Tokoh Terpopuler di Twitter pada 2021?* Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/09/siapa-tokoh-terpopuler-di-twitter-pada-2021>
- Stephanie, C. (2021). *Berapa Lama Orang Indonesia Akses Internet dan Medsos Setiap Hari?* Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/11320087/berapa-lama-orang-indonesia-akses-internet-dan-medsos-setiap-hari-?page=all>
- Txtdrberseragam. (2022). *No Title*. <https://twitter.com/txtdrberseragam>
- Walter, J. B. (2011). Theories Of Computer- Mediated Communication And Interpersonal Relations. In *Phenomenology in Perspective*.