

**ANALISIS ISI KOMPUTASIONAL PADA KOMENTAR AKUN  
INSTAGRAM @gerakanbds**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Malang  
Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)



Oleh:

**Elma Bilqis Zahrani**

**202110040311375**

Dosen Pengampu:

**Moch. Fuad Nasvian, S.I.Kom., M.I.Kom**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
TAHUN 2025**

## LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS ISI KOMPUTASIONAL PADA KOMENTAR AKUN INSTAGRAM  
@gerakanbds**

Diajukan Oleh :

**ELMA BILOQIS ZAHRANI**  
202110040311375

Telah disetujui  
*Jumat / 10 Juli 2025*

Pembimbing I



**Moch. Fuad Nasvian, S.I.Kom., M.I.Kom.**

Wakil Dekan I



**Nasrullah Khodir Rijal, S.IP., M.Hub.Int.**

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



**Nasrullah, M.Si.**

## LEMBAR PENGESAHAN

### SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**ELMA BILOIS ZAHRANI**  
202110040311375

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan

LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana ( S1 ) Ilmu Komunikasi

Kamis, 10 Juli 2025

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Prof. Dr. Muslimin Machmud, M.Si. (  )
2. Sugeng Winarno, S.Sos., M.A. (  )
3. Moch. Fuad Nasvian, S.I.Kom., M.I.Kom. (  )

Mengetahui  
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin Muhammad Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

# LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Elma Bilqis Zahrani  
NIM : 202110040311375  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : ANALISIS ISI PADA INSTAGRAM GERAKAN BOIKOT, DIVESTASI,  
DAN SANKSI ISRAEL DI INDONESIA (STUDI PADA AKUN  
INSTAGRAM @gerakanbds Januari - September 2024)

Disetujui,  
Pembimbing

Moch Fuad Nasvian, S.I.Kom., M.I.Kom

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I  
Jl. Bawendang 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendulungan Sujani No 158 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 000

Kampus III  
Jl. Raya Tloponas No 240 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 463 435  
E: webmaster@umm.ac.id

# SURAT PERTANYAAN HASIL KARYA



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Elma Bilqis Zahrani  
NIM : 20211040311375  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

**ANALISIS ISI PADA INSTAGRAM GERAKAN BOIKOT, DIVESTASI, DAN SANKSI ISRAEL DI INDONESIA (STUDI PADA AKUN INSTAGRAM @gerakanbds, Januari - September 2024)**

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 20..

Yang Menyatakan,

  
METRAL TEMPEL  
DEBBAKX282754119  
Elma Bilqis Zahrani



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendaungan Sulami No 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 562 000

Kampus III  
Jl. Raya Tlopmas No 248 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

# SURAT KETERANGAN SIAP DI UJI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT KETERANGAN Nomor : E.6.e/FISIP-UMM/V/2025

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Elma Bilqis Zahrani  
No. Induk Mahasiswa : 202110040311375  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : ANALISIS ISI PADA INSTAGRAM GERAKAN BOIKOT, DIVESTASI, DAN SANKSI ISRAEL DI INDONESIA (STUDI PADA AKUN INSTAGRAM @gerakanbds, Januari - September 2024)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 19 Juni 2025

Dosen Pembimbing

Moch Fuad Nasvian, M.I.Kom



Kampus I  
Jl. Rawitung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutami No 158 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 148 (Hunting)  
F: +62 341 562 000

Kampus III  
Jl. Raya Topomas No 248 Malang Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

# SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/FISIP-UMM/V/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Elma Bilqis Zahrani  
NIM : 202110040311375  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester delapan (8) tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang,  
a.n Dekan  
Ketua Program Studi

  
Nasrullah M.Si



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 551 293 (Hunting)  
F. +62 341 490 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutarni No 198 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 521 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 080

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 464 319 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

# LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN  
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

## LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:

ANALISIS ISI PADA INSTAGRAM GERAKAN BOIKOT, DIVESTASI, DAN SANKSI ISRAEL  
DI INDONESIA (STUDI PADA AKUN INSTAGRAM @gerakanbds, Januari - September 2024)

Oleh:

Nama : Elma Bilqis Zahrani

NIM : 202110040311375

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang,

Pembimbing I/Promotor

Moch Fuad Nasvian, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 180314101985



Kampus I  
Jl. Rawilung 1 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 404 318 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## HASIL CEK PLAGIASI



PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : ELMA BILQIS ZAHRANI

NIM : 2021-375

Hasil Plagiasi : 47

BAB I	6			
BAB II	0			
BAB III	3			

17

BAB IV	2			
BAB V	10			
BAB VI				

Malang, 1 Juli 2025  
Admin Plagiasi Prodi,



PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



## BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari Rabu, 11 Juni 2025

Pukul 18.00 WIB

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

Nama Peneliti	Elma Bilqis Zahrani
NIM	202110040311375
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	ANALISIS ISI PADA INSTAGRAM GERAKAN BOIKOT, DIVESTASI, DAN SANKSI ISRAEL DI INDONESIA (STUDI PADA AKUN INSTAGRAM @gerakanbds, Januari - September 2024)

Seminar Hasil dilakukan secara daring (Online) melalui platform Zoom Meeting

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji

1. Sugeng Winarno, S.Sos., M.A.
2. Moch. Fuad Nasvian., M.I.Kom

Dan sejumlah 20 Mahasiswa (Daftar Hadir terlampir).

Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/ ~~TIDAK LULUS~~

Malang, 19 Juni 2025

Dosen Penguji

Dosen Pembimbing

Sugeng Winarno, S.Sos., M.A.

Moch. Fuad Nasvian., M.I.Kom

Mengetahui,  
Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, M. Si



Kampus I  
Jl. Bendung I Malang Jawa Timur  
P. +62 341 551 252 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sitani No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tloponas No 246 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

No	Nama Lengkap	NIM	Program Studi
1	Ardila maulina	202110040311381	Ilmu komunikasi
2	Lilis Cahyani	2200032037	Perbankan syariah
3	Nica S. P. Widiani	202110040311480	Ilmu Komunikasi
4	Della Karunia Septiana	202110040311490	Ilmu Komunikasi
5	Muhammad Aldebaran Prabhaswara	202110040311437	Ilmu Komunikasi
6	Cyntia Dewi	202210040311341	Ilmu Komunikasi
7	zahrin qodrina aqmari	202110040311390	ilmu komunikasi
8	M. Chafid Mubasyir	202110040311421	Ilmu Komunikasi
9	Risky Lestary	202110040311071	Ilmu Komunikasi
10	pradita putri aulia	202110040311419	ilmu komunikasi
11	Meilinda Tri Nur Nisa	202110040311119	ilmu komunikasi
12	Saddam Ariq Firmansyah	202110040311134	ilmu komunikasi
13	Fais Ramadan	202210340311327	Teknik sipil
14	Annisa Putri Maharani	202110040311452	Ilmu Komunikasi
15	Rezky sistriany	022013898	S1-Keperawatan
16	Uswatun Hasanah	2100018359	Informatika
17	Nanda Khumairah	202210020311001	Hukum Keluarga Islam
18	Fidyah Febrianti	2221000220003	BIOLOGI
19	Helma L. P	2319013	Bisnis Digital
20	Abdul kholik alfais	202210160311003	Manajemen



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 450 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 000

Kampus III  
Jl. Raya Tloponas No 246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKIRPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Elma Bilqis Zahrani
2. NIM : 202110040311375
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Komunikasi
5. Judul Penelitian : ANALISIS ISI PADA INSTAGRAM GERAKAN BOIKOT, DIVESTASI, DAN SANKSI ISRAEL DI INDONESIA (STUDI PADA AKUN INSTAGRAM @gerakanbds, Januari - September 2024)

Tanggal	Keterangan	Tanda Tangan
21 September 2024	Kelas bimbingan pertama seminar proposal	#
2 Oktober 2024	Persetujuan judul penelitian	#
9 oktober 2024	Diskusi dan Konsultasi Bab I, II, III	#
11 November 2024	Persetujuan untuk melakukan penelitian	#
5 Desember 2024	Diskusi dan Konsultasi Bab IV	#
18 Februari 2025	Diskusi dan Konsultasi Bab V	#
4 Maret 2025	Diskusi dan Konsultasi Bab VI	#
24 Mei 2025	Pengerjaan Revisi Tahap Akhir	#
3 Juni 2025	Persetujuan untuk Seminar Hasil	#
11 Juni 2025	Ujian Seminar Hasil	#

Malang, 19 Juni 2025

Pembimbing,

Moch Fuad Nasvian., M.I.Kom



Kampus I  
Jl. Bendung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tloponas No 246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@urem.ac.id

# ABSTRAK

## pABSTRAK

Elma Bilqis Zahrani, NIM 202110040311375. Analisis Isi Komputasioanal Pada Komentar Akun Instagram @gerakanbds. Skripsi

Media sosial telah menjadi ruang penting bagi masyarakat untuk mengekspresikan opini politik dan solidaritas kemanusiaan. Salah satu isu yang mendapat perhatian luas adalah dukungan terhadap Palestina melalui kampanye digital seperti Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana komentar di akun Instagram @gerakanbds membentuk narasi publik melalui kata-kata dominan yang muncul. Fokus penelitian diarahkan untuk mengidentifikasi istilah yang paling sering digunakan audiens dalam merespons kampanye tersebut. Penelitian ini didasari oleh teori Keterlibatan Audiens, Konsumerisme Politik, dan Aksi Kolektif Digital yang menjelaskan bagaimana partisipasi masyarakat dalam isu sosial terjadi melalui media digital. Metode yang digunakan adalah analisis isi komputasional dengan pendekatan kualitatif deskriptif menggunakan Voyant Tools terhadap 14 dokumen komentar yang terkumpul dari Januari hingga September 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kata-kata seperti "boikot", "Israel", "Palestina", dan nama merek seperti "HP", "KFC", serta "Starbucks" mendominasi komentar. Hal ini mengindikasikan keterlibatan emosional dan kesadaran politik audiens terhadap gerakan boikot. Komentar-komentar tersebut tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi dukungan, tetapi juga sebagai bentuk mobilisasi digital. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap kajian komunikasi digital dengan menunjukkan bagaimana diskursus online mencerminkan konstruksi makna kolektif masyarakat. Saran dari penelitian ini adalah agar studi selanjutnya menggali makna personal dan motivasi audiens melalui wawancara atau FGD, serta membandingkan keterlibatan audiens di platform lain seperti Twitter, TikTok, atau YouTube guna merumuskan strategi kampanye digital yang lebih luas.

Kata Kunci: Analisis Isi Komputasional, Instagram, BDS, Boikot, Palestina

Malang, 18 Juli 2025

Dosen Pembimbing

Penulis



Moch. Fuad Nasvian, S.I.Kom, M.I.Kom



Elma Bilqis Zahrani

## ABSTRACT

### ABSTRACT

Elma Bilqis Zahrani Student ID Number. 202110040311375 Computational Content Analysis of Comments on the Instagram Account @gerakanbds Thesis.

Social media has become a vital space for people to express political opinions and humanitarian solidarity. One widely discussed issue is public support for Palestine through digital campaigns such as Boycott, Divestment, and Sanctions (BDS). This study aims to explore how user comments on the Instagram account @gerakanbds construct public narratives through frequently used words. The research focuses on identifying the most dominant terms used by audiences in response to the campaign. This project is grounded in the theories of Audience Engagement, Political Consumerism, and Digital Collective Action, which explain how public participation in social issues occurs through digital platforms. The study uses computational content analysis with a qualitative descriptive approach. Using Voyant Tools, the researcher analyzed 14 comment documents collected from January to September 2024. The findings reveal that words such as "boikot" (boycott), "Israel," "Palestina" (Palestine), and brand names like "HP," "KFC," and "Starbucks" frequently appear in the comments, reflecting emotional involvement and political awareness. These comments do not merely express opinions but function as tools for digital mobilization. This research contributes to the field of digital communication studies by demonstrating how online discourse reflects collective meaning-making among audiences. Future studies are encouraged to explore personal motivations and emotional reasoning through in-depth interviews or focus group discussions (FGDs), as well as to compare audience engagement across other platforms such as Twitter, TikTok, or YouTube for broader digital campaign strategies.

Keywords: Computational Content Analysis, Instagram, BDS, Boycott, Palestine

Malang, 18 July 2025

Supervising Lecturer



Moch Fuad Nasvian, S.I Kom, M.I Kom

Author



Elma Bilqis Zahrani

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala atas berkat, petunjuk, dan karunia-Nya, sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Analisis Isi pada Instagram Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi Israel di Indonesia (Studi pada Akun Instagram @gerakanbds, Januari – September 2024)”**. Semoga shalawat dan salam senantiasa dilimpahkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu 'alaihi wa sallam, yang merupakan contoh utama bagi umat manusia dalam berpikir, berperilaku, dan mengambil tindakan.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang. Selama penyusunan skripsi ini, penulis menemui berbagai rintangan, baik di bidang akademik maupun dalam hal pribadi. Namun, dengan adanya doa, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Sebagai bentuk penghargaan dan rasa terima kasih, penulis ingin menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam proses penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih secara khusus akan penulis sampaikan pada bagian berikutnya sebagai wujud rasa hormat dan penghargaan yang tulus.

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M. Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof Dr. Muslimin Machmud, M. Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang yang juga melalui karya-karyanya telah memberikan inspirasi dan referensi yang berharga selama penyusunan skripsi ini.
3. Nasrullah, S. Sos, M. Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Moch. Fuad Nasvian, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing yang dengan kesabaran dan ketelatenan membimbing setiap proses penyelesaian skripsi ini, memberikan arah yang jelas dan saran yang membangun demi kesempurnaan karya ini.
5. Keluarga tercinta, Kakek Abu, Nenek Iji, Bapak, Mama, Mama Nona, Bude Utami, Om Faisal, dan saudara-saudara tercinta Abang Alfi serta Adek Kayra, yang selalu menjadi sumber semangat, doa yang tiada henti, serta tempat berlindung dalam suka dan duka.
6. Sahabat-sahabat sejati, Lilis, Rani, Atun, Nabila, dan Lulu, yang selalu ada sebagai

teman untuk berbagi cerita, penguat jiwa di saat senang maupun sedih.

7. Rekan-rekan seperjuangan dari awal hingga akhir perkuliahan, Bella, Mega, dan Dharma, Zahrin, Faqihyang tanpa henti menemani perjalanan akademis dengan dukungan, semangat, dan kesbersamaan yang tak ternilai.
8. Teman-teman masa kecil dan satu kampung halaman, Ira, Fidyah, Fais Ramadhan, dan Fais Kholik, yang selalu siap memberikan dukungan dalam situasi apapun, terutama saat menghadapi tantangan.
9. Selain itu, saya menyampaikan rasa terima kasih saya kepada diri saya sendiri atas ketekunan, kesabaran, dan keberanian untuk terus maju meskipun kadang-kadang saya jenuh, gelisah, dan panik. Selain memperkuat jiwa dan karakter saya, perjalanan ini memberikan pelajaran berharga.

Saya sadar sepenuhnya bahwa karya ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saya mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi pengembangan dan penyempurnaan di masa yang akan datang. Semoga segala usaha dan kerja keras ini mendapat ridha Allah Subhanahu wa Ta'ala, serta memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi ilmu pengetahuan dan masyarakat luas.



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>2</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>3</b>
<b>SURAT PERTANYAAN HASIL KARYA .....</b>	<b>4</b>
<b>SURAT KETERANGAN SIAP DI UJI.....</b>	<b>5</b>
<b>SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH .....</b>	<b>6</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....</b>	<b>7</b>
<b>HASIL CEK PLAGIASI .....</b>	<b>8</b>
<b>BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....</b>	<b>9</b>
<b>DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL.....</b>	<b>10</b>
<b>BERITA ACARA BIMBINGAN SKIRPSI.....</b>	<b>11</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>12</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>13</b>

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>14</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>16</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>12</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>13</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>8</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>8</b>
<b>1.5 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>8</b>
<b>1.5.1 Praktis .....</b>	<b>8</b>
<b>1.5.2 Akademis.....</b>	<b>8</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
<b>2.1 Analisis Isi (Content Anaylisis) .....</b>	<b>9</b>
<b>2.2 Komunikasi.....</b>	<b>10</b>
<b>2.2.1 Definisi dan Fungsi Komunikasi.....</b>	<b>10</b>
<b>2.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi .....</b>	<b>11</b>

<b>2.3</b>	<b>New Media (Media Baru) .....</b>	<b>12</b>
<b>2.3.1</b>	<b>Konsep New Media (Media Baru) .....</b>	<b>12</b>
<b>2.4</b>	<b>Media Sosial.....</b>	<b>14</b>
<b>2.4.1</b>	<b>Konsep Dasar Media Sosial.....</b>	<b>14</b>
<b>2.4.2</b>	<b>Jenis-jenis Media Sosial.....</b>	<b>15</b>
<b>2.4.3</b>	<b>Fungsi Media Sosial .....</b>	<b>16</b>
<b>2.4.4</b>	<b>Karakteristik Media Sosial.....</b>	<b>17</b>
<b>2.5</b>	<b>Instagram sebagai Saluran Komunikasi .....</b>	<b>18</b>
<b>2.5.1</b>	<b>Fungsi dan Fitur Instagram .....</b>	<b>18</b>
<b>2.5.2</b>	<b>Peran Instagram Aktivisme Digital / Komunikasi .....</b>	<b>18</b>
<b>2.6</b>	<b>Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi .....</b>	<b>19</b>
<b>2.7</b>	<b>Struktur Kategorisasi .....</b>	<b>20</b>
<b>2.8</b>	<b>Teori Keterlibatan Audiens.....</b>	<b>21</b>
<b>2.9</b>	<b>Teori Konsumerisme Politik .....</b>	<b>23</b>
<b>2.9</b>	<b>Teori Aksi Kolektif Digital .....</b>	<b>23</b>
<b>2.10</b>	<b>Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>24</b>
<b>3.1</b>	<b>Paradigma Penelitian.....</b>	<b>34</b>

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.2 Pendekatan Penelitian.....	34
3.3 Tipe dan Dasar Penelitian .....	35
3.4 Waktu Pengambilan Data .....	35
3.5 Fokus Penelitian .....	35
3.6 Unit Analisis.....	35
3.7 Tabel Kategorisasi.....	36
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.9 Teknik Analisis Data.....	39
3.10 Uji Triangulasi dan Keabsahan Menggunakan Alat .....	39
<b>BAB IV .....</b>	<b>41</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
4.1 Gambaran Umum Objek.....	41
4.1.1 Gerakan BDS (Boikot, Divestasi, dan Sanksi).....	41
4.1.2 Official Instagram Gerakan BDS Indonesia (@gerakanbds) .....	41
4.2 Deskripsi Hasil.....	43
4.2.1 Wordcloud .....	43

4.2.2	Corpus Word Network .....	44
4.2.3	Tabel Corpus .....	45
4.3	Kategorisasi.....	47
4.4	Pembahasan Data.....	50
4.4.1	Isu Sosial dan Politik.....	50
4.4.2	Target Boikot.....	52
4.4.3	Metode dan Strategi .....	55
BAB V .....		58
KESIMPULAN DAN SARAN .....		58
5.1 Kesimpulan.....		58
5.1	Saran .....	58
5.1.1	Praktis .....	58
5.1.2	Akademis.....	59
DAFTAR PUSTAKA .....		60
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		68

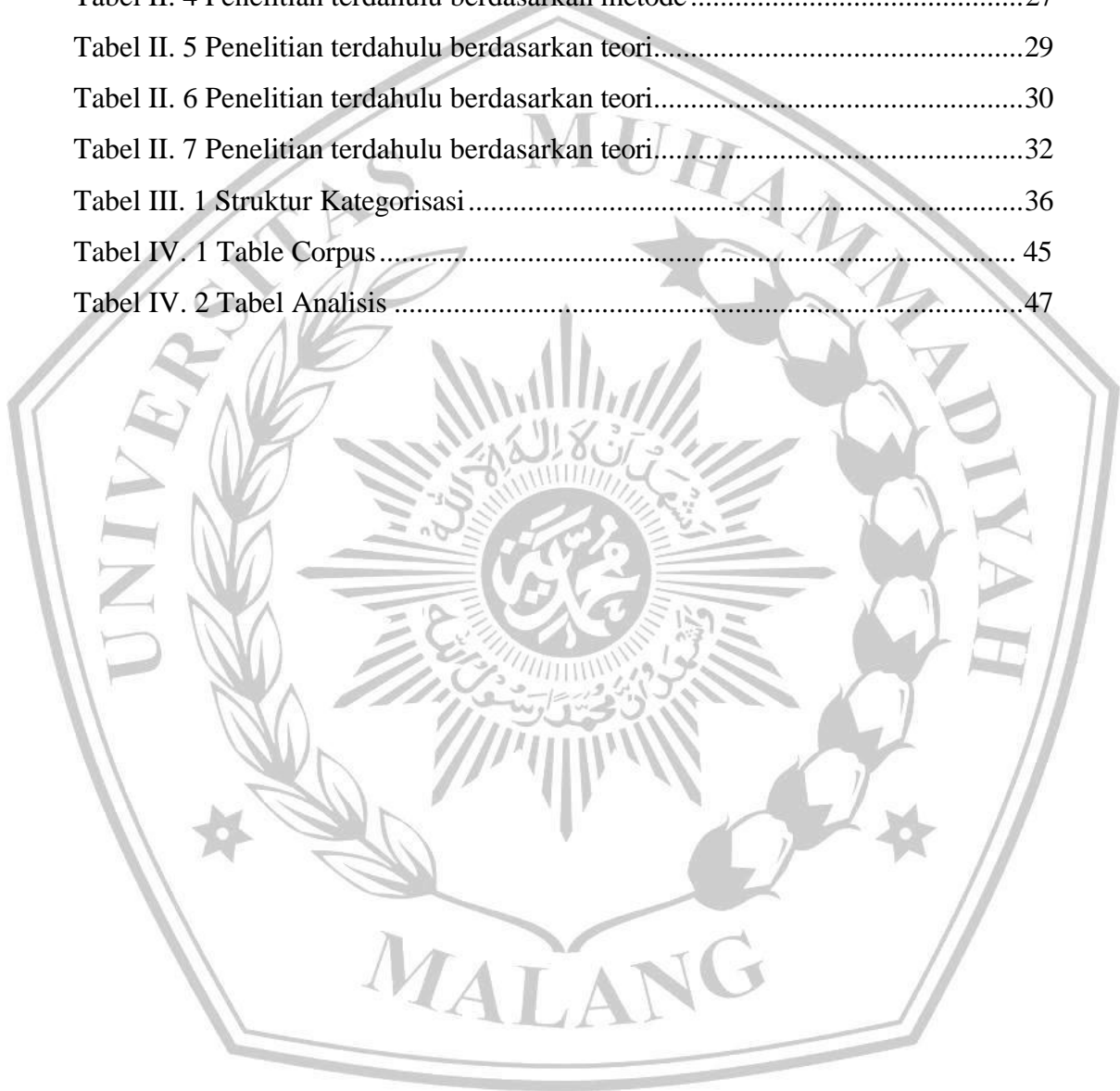
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penetrasi internet Indonesia di tahun 2025 pada website .....	3
Gambar 1. 2 Salah satu konten visual pada akun Instagram .....	5
Gambar 2. 1 Model Komunikasi Lasswell .....	11



## DAFTAR TABEL

Tabel II. 1 Penelitian terdahulu berdasarkan kasus .....	24
Tabel II. 2 Penelitian terdahulu berdasarkan kasus .....	25
Tabel II. 3 Penelitian terdahulu berdasarkan metode .....	27
Tabel II. 4 Penelitian terdahulu berdasarkan metode .....	27
Tabel II. 5 Penelitian terdahulu berdasarkan teori.....	29
Tabel II. 6 Penelitian terdahulu berdasarkan teori.....	30
Tabel II. 7 Penelitian terdahulu berdasarkan teori.....	32
Tabel III. 1 Struktur Kategorisasi .....	36
Tabel IV. 1 Table Corpus .....	45
Tabel IV. 2 Tabel Analisis .....	47



## DAFTAR PUSTAKA

- Andini, W., Fitriani, D., dan Purba, L. K. N. (2023). Paradigma Penelitian Kuantitatif Dalam Jurnal Ilmiah Metodologi Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 1, 6–12. <https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/>
- Afif, Z., Azhari, D. S., Kustati, M., dan Sepriyanti, N. (2023). Penelitian ilmiah (kuantitatif) beserta paradigma, pendekatan, asumsi dasar, karakteristik, metode analisis data dan outputnya. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(3), 682–693. <https://doi.org/10.55883/innovative.v3i3.2260>
- Al Munawar, F. A., Azmi, M., dan Rohmanan, M. (2025). Diskursus Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 tentang dukungan terhadap Palestina dan seruan boikot produk pro-Israel. *Jurnal Bimas Islam*, 17(2), 329–364. <https://doi.org/10.58518/al-faruq.v3i1.2610>
- Anjani, S., dan Irwansyah, I. (2020). Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [the Role of Social Media Influencers in Communicating Messages Using Instagram]. *Polyglot: Jurnal Ilmiah*, 16(2), 203-229.
- Asmarantika, R. A., Prestianta, A. M., dan Evita, N. (2022). Pola konsumsi media digital dan berita online Gen Z Indonesia. *Jurnal Kajian Media*, 6(1), 1–14. <https://doi.org/10.24329/jkm.v6i1.103>
- Assegaf, A. H., Faizin, F., dan Tandio, T. (2022). Memahami komunikasilingkungan dan framing sebagai praksis perubahan sosial. *Jurnal Wacana Ilmiah Ilmu Komunikasi*.
- Astari, N. (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 Sistem Informasi Bisnis*3(1), 131–142. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.188>
- Ahmad, J. (2018). Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis). *Jurnal Analisis Isi*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.12201.08804>
- BDS Indonesia. (n.d.). *Tentang BDS Indonesia*. BDS Indonesia.

- <https://gerakanbds.id/tentang>
- BDS Movement. (n.d.). *What is BDS?.* BDS Movement.  
<https://bdsmovement.net/what-is-bds>
- Bennett, W. L., dan Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication dan Society*,15(5), 739–768.  
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>
- Bennett, W. L., dan Segerberg, A. (2013). "The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics."
- Castells, M. (2012). *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. Polity Press.
- Chusna, R. (2021). Aktivisme Digital dan Pengaruh Media Sosial dalam Perubahan Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2), 115-128.
- Chusna, A. (2021). Gerakan #dirumahaja sebagai Aktivisme Digital pada Akun Media Sosial Najwa Shihab. *KAMBOTI: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 125–132.
- DataReportal, We Are Social, dan Meltwater. (2025). *Digital 2025: Indonesia*.  
<https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik. (2022). *Kliktivisme dalam Penolakan Kebijakan Kereta Gantung*. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. PPI\_Rahmat Alfiandi Hidayat (190603015 ).pdf
- Denzin, N. K. (2017). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. Routledge.
- Ermawati, E., Husaini, A., dan Pakkawaru, I. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Kuota Internet Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 36-58.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Fuchs, C. (2020). *Communication and capitalism: A critical theory* (p. 406).

University of Westminster Press.

- Ginting, R., Yulistiyono, A., Rauf, A., Manullang, S. O., Siahaan, A. L. S., Kussanti, D. P., ... dan Effendy, F. (2021). *Etika komunikasi dalam media sosial: Saring sebelum sharing* (Vol. 1). Penerbit Insania.
- Hadi S, I. B., Pratiwi Kurniawan, E., dan Irwansyah, I. (2021). Agenda setting dalam isu-isu kontemporer di seluruh dunia. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 105–119. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.188>
- Herlina, O. (2024). AGENDA SETTING MEDIA DALAM PEMBERITAAN PERANG ISRAEL-PALESTINA DI CNN.COM DAN AL JAZEERA.COM. *Jurnal Ilmu Komunikasi AKRAB*, 8(2).
- Hallahan, K., et al. (2007). Defining Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(1), 3–35.
- Hill, A. (2019). *Media Experiences: Engaging with Drama and Reality Television*. Routledge.
- Hayat, M. A., Jayadiningrat, S., Wibisono, G., & Iyansyah, M. I. (2021). Peran Media Sosial Dalam Komunikasi Politik. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*: p-ISSN, 2723, 6609.
- Hariato, YA (2022). Mendefinisikan Ulang Komunikasi Persuasif., osf.io, <<https://osf.io/preprints/sdzn8/>>
- Indrawan, J., & Ilmar, A. (2020). Kehadiran media baru (new media) dalam proses komunikasi politik. *Medium*, 8(1), 1-17.
- Juliswara, V., dan Muryanto, Y. (2022). Model penanggulangan hoax mengenai berita Covid-19 untuk pengembangan literasi digital masyarakat di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 123–135. <https://doi.org/10.24912/jk.v14i2.12345>
- Joyce, M. (2010). *Digital Activism Decoded: The New Mechanics of Change*. McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory* (6th ed.). SAGE Publications Ltd.
- Kaplan, A. M., dan Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Karunia, H., Ashri, N., dan Irwansyah, I. (2021). Fenomena penggunaan media

- sosial: Studi pada teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92–104. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.280>
- Khairunisa, A. H., Rosyidin, M., dan Alfian, M. F. (2022). Memori Dan Trauma Dalam Hubungan Internasional: Dukungan Austria Terhadap Israel Dalam Melawan Aksi Boikot, Divestasi, Dan Sanksi (BDS). *Journal of International Relations Diponegoro*, 8(1), 46-60.
- Kurnia, N., & Savirani, A. (2020). *Big Data untuk Ilmu Sosial, antara Metode Riset dan Realitas Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Kriyantono, R. (2021). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media.
- Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Sage Publications.
- Kumara, D. Z. P. (2024). Analisis Gerakan “Boikot Israel” Terhadap Kebijakan Impor Produk Pro Israel Ke Indonesia. *PERSPEKTIF*, 13(3), 727-735.
- Kurniawan, D. (2018). Komunikasi model lasswell dan stimulus-organism-response dalam mewujudkan pembelajaran menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 60-68.
- Kozinets, R. (2019). *Netnography: The essential guide to qualitative social media research*.
- Leong, C., Pan, S. L., Bahri, S., dan Fauzi, A. (2019). Social media empowerment in social movements: Power activation and power accrual in digital activism. *European Journal of Information Systems*, 28(2), 173–204. <https://doi.org/10.1080/0960085X.2018.1512944>
- Luik, J. (2020). *Media Baru (Pertama)*. Kencana.
- Makrufah, S., dan Fahrurrozi, A. (2024). Analisis isi kuantitatif dalam komunikasi digital: Pendekatan berbasis media sosial. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 12(1), 45–60.
- Mamondol, M. R. (2021). *Metode penelitian pendekatan kuantitatif*. Penerbit Media Sains Indonesia.
- McQuail, D. (2010). *McQuail’s Mass Communication Theory*. Sage.
- Mercea, D. (2016). Digital prefigurative participation: The entwinement of online communication and offline participation in protest events. *New Media dan Society*, 18(1), 165–182. <https://doi.org/10.1177/1461444814530095>

- Micheletti, M., dan Stolle, D. (2007). Mobilizing consumers to take responsibility for global social justice. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 611(1), 157–175.  
<https://doi.org/10.1177/0002716206298712>
- Miller, A. (2018). Text mining digital humanities projects: Assessing content analysis capabilities of Voyant Tools. *Journal of Web Librarianship*, 12(3), 169–197.
- Mucharam, A. (2022). Membangun Komunikasi publik yang efektif. *Ikon--Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(1), 71-82.
- Mulyana, N. I., dan Wijayanti, Q. A. N. (2024). Teori komunikasi agenda-setting dalam K-Pop: Peran media terhadap motivasi, kepuasan, dan loyalitas fans dalam mendukung grup idola. *Journal Sains Student Research*, 2(1), 201–214.
- Munandar, A., Yaasin, M. S., dan Firdaus, R. A. (2023). Analisis sentimen netizen Indonesia mengenai boikot produk. *Tauhidinomics: Journal of Islamic Banking and Economics*, 3(1), 23-40.
- Muslim, M. (2018). Varian-varian paradigma, pendekatan, metode, dan jenis penelitian dalam ilmu komunikasi. *Media Bahasa, Sastra, dan Budaya Wahana*, 1(10).
- Mustofa, A., Mustikasari, M., dan Sehabudin, D. (2025). MUI fatwa authority: Social movement to boycott Israeli products through Instagram social media. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 14(1), 42–49.  
<https://doi.org/10.15575/jim.v6i1.43721>
- Mak, M. K., Li, M., & Rojas, H. (2024). Social media and perceived political polarization: Role of perceived platform affordances, participation in uncivil political discussion, and perceived others' engagement. *Social Media+ Society*, 10(1), 20563051241228595.
- Majelis Ulama Indonesia. (2023). *Fatwa MUI No. 83/2023*.
- Mulyono, F. (2021). Dampak media sosial bagi remaja. *Jurnal Simki Economic*, 4(1), 57-65.
- Neuman, W. L. (2020). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (8th ed.). Pearson.
- nggraeni, D. S. (2020). [Framing Khalayak](#)

dan Media Pasca Pemblokiran Akses Internet. *LISKI (Lingkar Studi Komunikasi)*.

- Ningrum, A. J., dan Aminulloh, A. (2024). Vigilantisme digital dalam aksi boikot produk Israel di media sosial. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 6(1), 145-160.
- Prayogi, A., dan Kurniawan, M. A. (2024). Pendekatan kualitatif dan kuantitatif: Suatu telaah. *Complex: Jurnal Multidisiplin Ilmu Nasional*, 1(2), 30–37.
- Nabil, M., Sugandi, S., dan Ghufron, G. (2021). Penggunaan Fitur Instagram Stories Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (Studi Pada Akun Instagram @Griizelle.Id). *EJournal Ilmu Komunikasi*, 9(3), 16–30.
- Nirwana, D. A., dan Khuntari, D. (2021). The Use of Instagram As an Online Marketing Communication Medium on @Celyne.Official. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi*, 5(2), 85. <https://doi.org/10.55542/jiksohum.v4i2.357>
- Prabowo, T. L., & Irwansyah, I. (2018). Media komunikasi digital polisiku: pelayanan publik polri kepada masyarakat. *Jurnal Studi Komunikasi*, 2(3), 382-402.
- Priadana, M. S., dan Sunarsi, D. (2021). *Metodologi penelitian sosial*. Penerbit Nusantara.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal common*, 3(1), 71-80.
- Purba, L. K., Fitriani, D., dan Andini, W. (2022). Paradigma Penelitian Dalam Jurnal Ilmiah Metodologi Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*, 1(1), 6-12.
- Purba, R., Situmorang, J., dan Lumbanraja, P. (2022). Paradigma penelitian dalam ilmu sosial: Konsep dan aplikasi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 11(2), 123–135.
- Perdana, K. E. (2021). Analisa model komunikasi Lasswell pada halaman “@aswaja\_sunda” dalam turut mempertahankan ajaran Islam Ahlussunnah Wal Jamaah di media Instagram. *The International Journal of Pegon: Islam Nusantara Civilization*, 5(01), 25-38.
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi.

- Tirtayasa Ekonomika, 12(2), 212-231.
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.
- Prasetya, D., dan Marina, R. (2022). Studi Analisis Media Baru: Manfaat dan Permasalahan dari Media Sosial dan Game Online. *Telangke:Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi*, 4(2), 01–10.
- Ramadani, M., Kurniawan, K., dan Fuadin, A. (2024). Menguak bias media dalam pemberitaan konflik Israel-Palestina: Sebuah analisis konten kritis. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 10(1), 887–905. <https://doi.org/10.30605/onoma.v10i1.3392>
- Ramadhan, D. (2023). Analisis Wacana Multimodal pada Konten Aksi Kamisan di Akun Instagram @aksikamisan. *Universitas Sriwijaya Repository*.
- Reynelda, R., Santoso, A., dan Pratama, B. (2021). Positivisme dalam penelitian komunikasi: Teori dan aplikasi. *Jurnal Komunikasi Global*, 10(1), 25–31.
- Ritonga, E. Y. (2018). Teori agenda setting dalam ilmu komunikasi. *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study*, 4(1), 32–41.
- Rohaya, R., Nasution, M. L. I., dan Dharma, B. (2024). Analisis faktor perilaku konsumsi terhadap keputusan boikot produk Israel: Studi kasus pada Generasi Z UNIMED. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 13(03), 1036-1050.
- Rukajat, A. (2018). Pendekatan penelitian kuantitatif: quantitative research approach.
- Suherman, A. (2020). *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi*. Deepublish.
- Schumann, F. R. (2022). Using voyant tools for data mining social media comments about a destination: a Guam study. (<https://johat.org/wp-content/uploads/2022/12/6.pdf>)
- Setyanto, Y., Yasmini, D., dan Sundoro, P. (2021). Teori Framing dalam Konteks Agenda Setting pada Media. *Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara*.
- Sinclair, S., dan Rockwell, G. (2016). *Hermeneutica: Computer-assisted interpretation in the humanities*. Cambridge, MA: MIT Press.
- E. (2021). Review of Voyant Tools: See through your text. *Language Learning dan Technology*, 25(3), 43–50.

- Soraya, I. (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta). *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 30–38.
- Suparno, B. A., Muktiyo, W., dan DN, RR. S. (2016). *Media Komuniskasi* (Dr. Sumarwati, Ed.; 1st ed.). UPT Penerbitan dan Pencetakan UNS (UNS Press) Jl. www.unspress.uns.ac.id
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan RdanD*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif* (Edisi revisi). Alfabeta.
- Surijah, E. A., Kirana, C. T., Wahyuni, N. P. J. D., Yudi, P. C., dan Astini, N. K. B. (2017). Membedah instagram: analisis isi media sosial pariwisata Bali. *Intuisi: jurnal psikologi ilmiah*, 9(1), 1-17.
- Tarsidi, D. Z., Suryadi, K., Budimansyah, D., dan Rahmat, R. (2023). Social media usage and civic engagement among Indonesian digital natives: An analysis. *Jurnal Civics: Media Kajian Kewarganegaraan*, 20(2), 257–269. <https://doi.org/10.21831/jc.v20i2.60812>
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*. Yale University Press.
- Uth, A. (2022). The role of interactive communication and transparency in audience engagement. *Journal of Digital Media Studies*, 13(2), 45-56.
- Watie, E. D. S. (2011). Komunikasi dan media sosial (communications and social media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69-74.
- Yosani, C. Teknik Analisis Kuantitatif 1 TEKNIK ANALISIS KUANTITATIF.