

RAGAM TEMA DAKWAH DI MEDIA SOSIAL

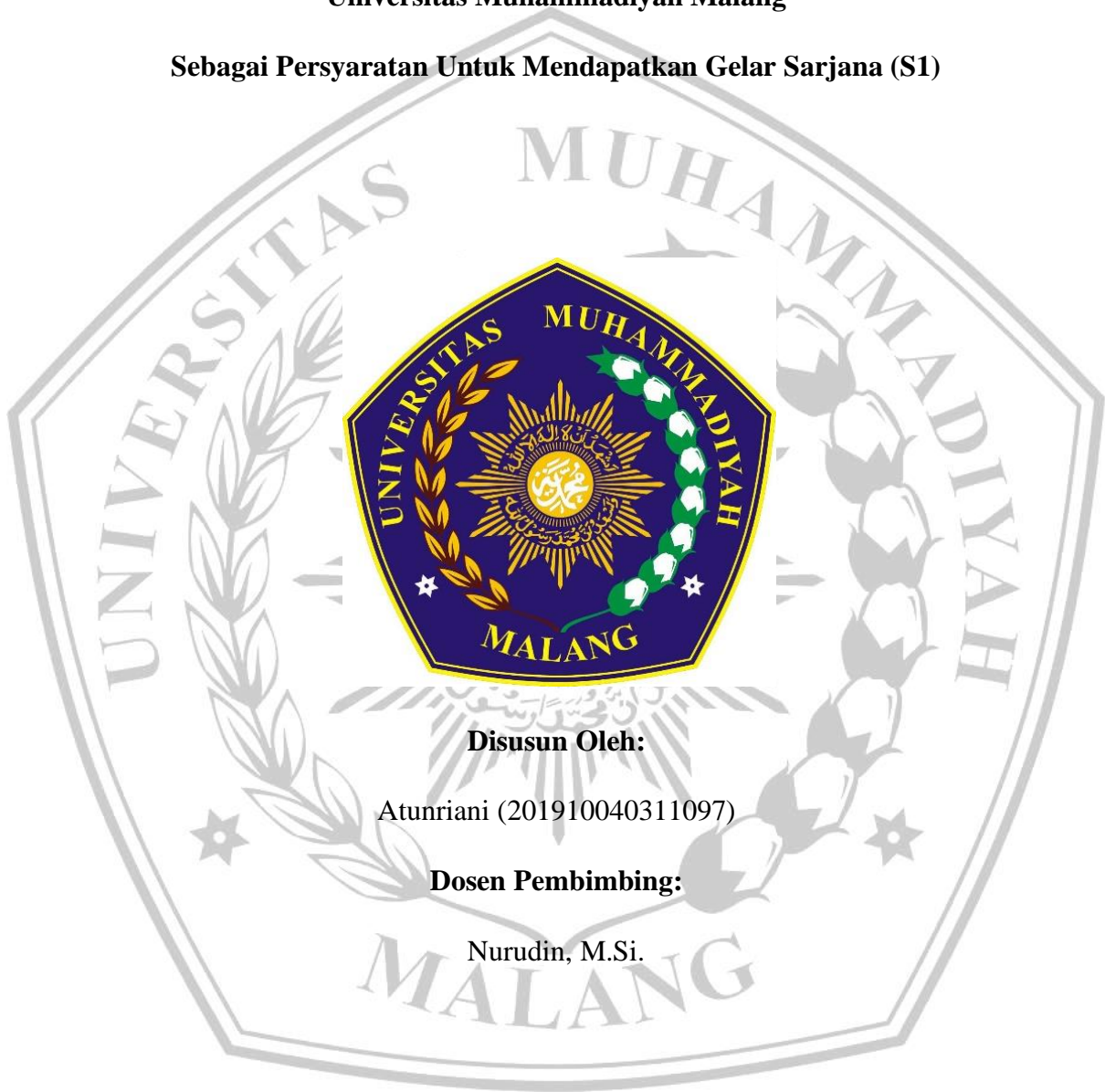
(Analisis Isi pada Akun Instagram@*Yukngaji.id*)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Malang

Sebagai Persyaratan Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana (S1)



Disusun Oleh:

Atunriani (201910040311097)

Dosen Pembimbing:

Nurudin, M.Si.

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMMADIYAH MALANG

2024

LEMBAR PENGESAHAN

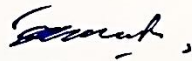
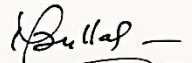

SKRIPSI


Dipersiapkan dan disusun oleh :

Atunriani
201910040311097

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi
Kamis, 11 Juli 2024
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Dr. Joko Susilo, M.Si ()
2. Nasrullah, M.Si ()
3. Nurudin, S.Sos., M.Si ()

Mengetahui
Wakil Dekan  Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

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

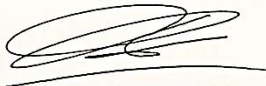
RAGAM TEMA DAKWAH DI MEDIA SOSIAL
(Analisis Isi Pada Akun Instagram @Yukngaji.id)

Diajukan Oleh :

Atunriani
201910040311097

Telah disetujui
Kamis, 11 Juli 2024

Pembimbing I



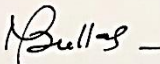
Nurudin, S.Sos., M.Si

Wakil Dekan I



Najati, S.P., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

LEMBAR PERSETUJUAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

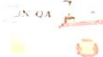
Nama : Atunriani
NIM : 201910040311097
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Instagram Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pada Akun Instagram @Yukngaji.id)

Disetujui,
Pembimbing

(Nurudin, S.Sos., M.Si.)

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Sekeloa Timur, Jaka Timur
1. 651 741 121 (Hunting)

Kampus II
Jl. Beandungan, Sukarno No. 158 Malang - Jaka Timur
1. 422 241 121 (Hunting)
1. 422 241 242 (Fax)

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang - Jaka Timur
1. 422 241 244 (Hunting)
1. 422 241 245 (Fax)
E. web@uhoj.com atau

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/V/2024



Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:



Nama : Atunriani
No. Induk Mahasiswa : 201910040311097
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Analisis Isi Pada Akun Instagram @Yuknguji.id)

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

Malang, 25 Mei 2024

Dosen Pembimbing

Nurudin S.Sos., M.Si.



Kampus I

Jl. Bankeng 1 Malang, Jawa Timur
Telp: 0471 441 222 (Kampus)
0471 441 400 (RS)

Kampus II

Jl. Berkegong Sukani No. 180 Malang, Jawa Timur
Telp: 0471 441 140 (Kampus)
0471 441 000 (RS)

Kampus III

Jl. Bayu Tunggul No. 100 Malang, Jawa Timur
Telp: 0471 441 2100 (Kampus)
0471 441 000 (RS)
Website: www.um.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

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

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL: INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH
(Analisis Isi Pada Akun Instagram @Yukngaji.id)

Oleh:

Nama : Atunriani

NIM : 201910040311097

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

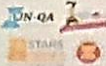
Malang, 25 Mei 2024

Pembimbing I/Promotor

Nurudin, S.Sos., M.Si.

NIP.10397060341

(*) Coret yang tidak perlu



Kampus I
Jl. Semarang 1 Malang, Jawa Timur
T. 041 541 201 202 (Pusat)
F. 041 541 201 201

Kampus II
Jl. Persegi Panjang No. 136 Malang, Jawa Timur
T. 041 541 207 100 (Pusat)
F. 041 541 207 000

Kampus III
Jl. Raya Tugu No. 100 Malang, Jawa Timur
T. 041 541 201 100 (Pusat)
F. 041 541 201 101
E. info@umm.ac.id

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : Atunriani

NIM : 201910040311097

Hasil Plagiasi : 29/5 4/6 5/6

BAB I	66	23	11	
BAB II	57	17		
BAB III	63	10		

BAB IV	16			
BAB V	3			
BAB VI	7			



Malang, 29 Mei 2024
Tanda Terima Plagiasi Prodi,
PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

M. Dasuki



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Atunriani
Nim : 201910040311097
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : **INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH** (Analisis Isi
Pada Akun Instagram @Yukngaji.id)
Dosen Pembimbing : Nurudin, S.Sos., M.Si.

Tanggal Bimbingan	Keterangan Bimbingan	Paraf Pembimbing
20/03/2022	Konsul dan Acc Judul	A
25/02/2023	Konsul Bab 1, 2, 3	A
07/03/2023	Revisi Bab 3	A
07/06/2023	Acc Proposal	A
16/09/2023	Konsul Bab 5 dan 6	A
19/12/2023	Revisi Bab 5 dan 6	A
21/01/2024	Konsul Abstrak	A
5/02/2024	Acc Abstrak	A
06/02/2024	Daftar Seminar Hasil	A
13/02/2024	Seminar Hasil	A
10/05/2024	Konsul, ACC dan Menyiapkan syarat-syarat Sidang	A

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Nurudin, S.Sos., M.Si.

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

BERITA ACARA SEMINAR HASIL TUGAS AKHIR SKRIPSI

Pada hari, Selasa tanggal 13 Februari 2024

Telah dilaksanakan Seminar Hasil Skripsi oleh:

Nama Peneliti	Atunriani
NIM	201910040311097
Konsentrasi Studi	Public Relation
Judul Proposal	INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Analisis Isi Pada Akun Instagram @Yukngaji id)

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Penguji:

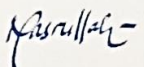
1. Nurudin, M Si (Dosen Pembimbing)
2. Joko Susilo (Dosen Penguji)
3. 15 Mahasiswa (Presensi terlampir)

Penyaji dinyatakan LULUS / Tidak LULUS dengan nilai ()


Malang, 25 Mei 2024

Mengetahui,

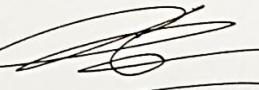
Kaprodi/Sekprodi Ilmu
Komunikasi


Nasrullah, S.sos, M.Si.

Dosen Penguji


Dr. Joko Susilo, M.Si.

Dosen Pembimbing


Nurudin, S.Sos., M.Si.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.... Wb

Alhamdulillah, Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wata'ala. Shalawat serta salam kepada Baginda kita Rasulullah Shalallahu Alaihi Wasallam yang senantiasa menjadi sumber inspirasi dan teladan terbaik untuk umat manusia sepanjang zaman. Alhamdulillah atas segala pertolongan, rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Instagram Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pada Akun Instagram@yukngaji.id)” sebagai syarat mendapat gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang. Disini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam mengerjakan tugas skripsi dan masih jauh dari kata sempurna. Selama menyelesaikan penelitian ini, peneliti telah banyak menerima dukungan, bantuan serta doa dari banyak belah pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar - besarnya kepada semua pihak yang turut membantu skripsi peneliti:

1. Pertama-tama tentunya peneliti banyak berterimakasih kepada Allah SWT, yang memberikan kelancaran dalam penyusunan skripsi ini sehingga peneliti dapat menyelesaikan sesuai waktu yang diharapkan.
2. Terima kasih kepada kedua orang tua tercinta Halisah dan Ibrahim yang telah memberikan doa, motivasi dan semangat untuk mengerjakan skripsi.
3. Terimakasih kepada saudari perempuan saya Rosdiana dan Jamaludin (suaminya), saudara laki – laki Suhadi dan Sri (Istrinya), serta Fariman dan Santi (Istrinya) yang telah mendukung selama proses perkuliahan baik moril maupun riil.
4. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Bapak Prof. Dr. Muslimin, M.Si selaku Dekan FISIP Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Bapak Nasrullah, M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
7. Bapak Nurudin, S.Sos, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah membantu peneliti dalam setiap detail awal penyusunan hingga dapat menyelesaikan skripsi.
8. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmunya dan sabar dalam membimbing proses perkuliahannya.

9. Untuk keluarga keponakan saya Musafir, Rizal, Mizan, Atifah, Raihan, Sakira, Safira dan sepupu sekaligus sahabat kecil saya Nurjan dan Lita yang telah memberikan dukungan dan tidak henti-hentinya memanjatkan doa agar dipermudah dalam segala urusan penulis.
 10. Terimakasih untuk diri saya sendiri yang sampai detik ini telah mampu berjuang dan bertahan melewati rintangan dan segala tantangan yang ternyata bisa dilalui.
 11. Shely Ulfiatin terimakasih atas dukungan, semangat dan membantu selama proses penyusunan skripsi.
 12. Terimakasih kepada Mbak Anis Wulandari dan Mbak Lalitya Mahardika yang sudah mau meluangkan waktunya untuk menjadi koder dan membantu dalam penelitian ini.
 13. Untuk sahabat saya yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam proses menyelesaikan skripsi.
 14. Terimakasih kepada seluruh teman seperjuangan saya dalam dakwah “Keluarga UMM” yang sudah memberikan motivasi, dukungan dan doa selama proses menyelesaikan skripsi ini.
 15. Untuk teman saya dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan beragam informasi terkait penyusunan skripsi ini.
- Penulis menyadari banyak sekali kekurangan dalam menyelesaikan skripsi. Oleh karena itu penulis berharap kritik dan saran akan membangun tulisan yang lebih baik di masa yang akan datang. Semoga karya ini dapat membantu untuk para pembaca.

Malang, 22 Januari 2024

Atunriani

ABSTRAK

ABSTRAK

Atunriani, 201910040311097, Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Malang. *Instagram Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi pada Akun Instagram Yukngaji.id)*

Kata Kunci: *Instagram, Media Sosial, Dakwah*


Instagram merupakan salah satu aplikasi media sosial yang berbasis iOS untuk smartphone, iPhone, windowsphone dan bisa juga diakses melalui Laptop maupun komputer. Media sosial ini memudahkan pengguna nya untuk mengirim dan memperoleh informasi, terkhususnya informasi (pesan) dakwah. Hal ini yang melatar belakangi peneliti untuk meneliti salah satu akun yaitu @yukngaji.id dengan tujuan untuk mengetahui tema dakwah apa saja yang muncul dan berapa frekuensi kemunculan tema tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe deskriptif dan dasar analisis isi. Jumlah unggahan yang diteliti sebanyak 93 pada periode Maret – Mei 2023 dimasukkan dalam sebelas sub kategori yaitu pemikiran, keimanan, hubungan dengan Allah, sesama manusia, diri sendiri, hukum, ibadah, pernikahan & parenting, YN quiz, YN merch, dan YN classroom. Proses koding data peneliti dibantu oleh koder 2 dengan teknik pengumpulan data dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis data distribusi dengan uji validitas dan reliabilitas menggunakan rumus formula dan formula Scoot.

Hasil penelitian yang didapat dari kategori pemikiran diperoleh frekuensi kemunculan sebanyak 7 kali (7,5%) kemudian kategori kedua yaitu keimanan frekuensi kemunculan sebanyak 3 kali (3,2%), lanjut pada kategori hubungan dengan Allah dengan frekuensi kemunculan yang diperoleh sebanyak 4 kali (4,3%), kategori sesama manusia frekuensi kemunculan sebanyak 14 kali (15,1%), kategori diri sendiri frekuensi kemunculan sebanyak 3 kali (3,2%), kategori hukum frekuensi kemunculan sebanyak 2 kali (2,2%), kategori ibadah frekuensi kemunculan sebanyak 2 kali (2,2%), kategori pernikahan & parenting frekuensi kemunculan sebanyak 20 kali (21,5%), kategori YN quiz frekuensi kemunculan sebanyak 10 kali (10,8%), kategori YN merch frekuensi kemunculan sebanyak 7 kali (7,5%), dan kategori YN classroom frekuensi kemunculan sebanyak 21 kali (22,6%), tema yang sering muncul muncul yakni kategori dengan frekuensi kemunculan 22,6% yaitu kategori YN Classroom.

Malang, 22 Januari 2024

Dosen Pembimbing



Nurudin, S.Sos., M.Si.

Peneliti



Atunriani

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI	iv
LEMBAR ORSINILITAS	v
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	vi
TANDA TERIMA PLAGIASI	vii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	viii
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	ix
KATA PENGANTAR	x
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR PUSTAKA	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Peneliti.....	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Akademis	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Media Baru	6

2.1.1 Pengertian New Media (Media Baru).....	6
2.1.2 Karakteristik Media Baru.....	6
2.1.3 Manfaat Media Baru.....	8
2.2 Media Sosial.....	8
2.2.1 Pengertian Media Sosial.....	8
2.2.2 Sejarah Perkembangan Media Sosial.....	9
2.2.3 Karakteristik Media Sosial.....	10
2.2.4 Jenis Media Sosial.....	11
2.3 Instagram.....	13
2.3.1 Pengertian Instagram.....	13
2.3.2 Fitur-fitur Instagram.....	15
2.3.3 Perkembangan Instagram.....	16
2.4 Dakwah.....	19
2.5 Media Dakwah.....	20
2.5.1 Jenis – jenis Media dakwah.....	21
2.6 Isi Pesan Dakwah.....	22
2.7 Penelitian Terdahulu.....	25
BAB III.....	27
METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Pendekatan dan Tipe Penelitian.....	27
3.2 Dasar Penelitian.....	27
3.3. Ruang Lingkup dan Objek Penelitian.....	28
3.4 Unit Analisa.....	28
3.5 Kategorisasi.....	28
3.6 Proses Koding Data.....	30
3.7 Teknik Pengumpulan data.....	31
3.8 Teknik Analisis Data.....	31

3.9 Uji Validitas dan Reabilitas.....	32
3.10 Keterangan Coder	33
BAB IV	34
GAMBARAN OBJEK PENELITIAN	34
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	34
4.2 Gambaran Profile Objek Penelitian	35
BAB V	38
SAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA	38
5.1 Sajian Data.....	38
5.2 Uji Reliabilitas antara Peneliti dan Koder.....	45
5.3 Analisis Data.....	51
5.3.1 Analisis Kategori Akidah.....	51
5.3.2 Analisis Kategori Akhlak.....	53
5.3.3 Analisis Kategori Syariah.....	54
5.3.4 Analisis Kategori Program.....	55
BAB VI	57
KESIMPULAN DAN PENUTUP	57
6.1 Kesimpulan.....	57
6.2 Saran	57
6.2.1 Saran Praktis	57
6.2.2 Saran Akademis.....	58
LAMPIRAN	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 1 Kebaruan Media Baru	7
Tabel 3. 1 Lembar Kerja Koding	30
Tabel 3. 2 Frekuensi	31
Tabel 5.1 1 Sajian Data @Yukngaji.id periode Maret – Mei 2023	38
Tabel 5.2 1 Tabel Hasil Reabilitas Peneliti	45
Tabel 5.2 2 Tabel Hasil Reabilitas Koder 1	46
Tabel 5.2 3 Tabel Hasil Reabilitas Koder 2	46
Tabel 5.2 4 Tabel Frekuensi keseluruhan Postingan	46
Tabel 5.2 5 Tabel Data Observed Agreement hasil koding peneliti dan koder 1	47
Tabel 5.2 6 Tabel Expected Agreement hasil pengkodean peneliti dan koder 1	48
Tabel 5.2 7 Tabel Data Observed Agreement hasil koding peneliti dan koder 2	49
Tabel 5.2 8 Tabel Expected Agreement hasil pengkodean peneliti dan koder 2	50
Tabel 5.3 1 Tabel Distribusi Frekuensi Kemunculan Akidah	52
Tabel 5.3 2 Tabel Distribusi Frekuensi Kemunculan Akhlak	53
Tabel 5.3 3 Tabel Distribusi Frekuensi Kemunculan Syariah	54
Tabel 5.3 4 Tabel Distribusi Frekuensi Kemunculan Program	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 WeAreSocial.net dan Hootsuite, bulan Januari 2022	3
Gambar 4. 1 Logo Instagram.....	34
Gambar 4. 2 Logo Instagram @yukngajiid.....	36
Gambar 4. 3 Profile akun Yukngaji.id	36
Gambar 4. 4 Contoh konten dakwah yang di unggah oleh akun Instagram @yukngaji.id.....	37



DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyani, N. (2018). Media Sosial sebagai strategi Komunikasi Politik. *Potret Pemikiran*, 57-69.
- Amin, S. (2013). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Arifin, R. D. (2024, Maret 4). *Pengertian YouTube – Sejarah, Fitur, Manfaat, Kelebihan, Kekurangan*. Retrieved Mei 2024, from dianisa.com: <https://dianisa.com/pengertian-youtube/>
- Aspikom. (2011). *Komunikasi 2.0. Mata Padi Pressindo*.
- Atmaja, D. T., Prasetya, E. B., & Kresnha, P. E. (2018). Notifikasi adanya serangan pada jaringan komputer dengan mengirim pesan melalui aplikasi telegram. *Seminar Nasional Sains dan Teknologi*, 2.
- Atmojo, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media kita.
- Aziz, M. A. (2009). *Ilmu Dakwah, Edisi Revisi Cetakan Kedua*. Jakarta: Kencana.
- Azizan, M. A., Kariya, M. A., & Jasmi, K. A. (2019). Media Sosial dan Penyebaran Budaya Transeksual menurut Islam. *Akademi Tamadun Islam, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Teknologi Malaysia*, 298-312.
- Cangara, H. (2008). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Eriyanto. (2011). *Analisis isi : pengantar metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Flew, T. (2002). *New Media : An Introduction*. New York: Oxford University Press.
- Ilaihi, W. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 59 - 68.
- Machmud, M. (2016). *Tuntunan penulisan tugas akhir berdasarkan prinsip dasar penelitian ilmiah*. Malang: Selaras Media Kreasindo.
- Meinanda, T. (1989). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Armico.
- Morissan, & Wardhani, A. C. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Munir, M., & Ilaihi, W. (2012). *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Nawawi, A. (2019). Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era. *Jurnal Islam Nusantara*, 03(02), 341.
- Suprayogo, I., & Tobroni. (2001). *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- System, K., & Krieger, M. (2024, Mei Sabtu). "Sejarah Instagram" (Online) <https://en.wikipedia.org/wiki/Instagram>. terakhir di edit pada 18 Mei 2024, pukul 00:27.
- Tysara, L. (terakhir diubah 2024, pukul 04.16., Mei 28). *Media sosial*. Retrieved Juni 2023, from Wikipedia Ensiklopedia Bebas: https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial#cite_note-11
- Viko. (2014).

Yearry, P. (2011). *Pendekatan Kuantitatif, Modul Metode Penelitian Komunikasi*. Univ Mercubuana, FIK.

