

DAFTAR PUSTAKA

- Asih, D. N., & Rosit, M. (2018). Opini Publik di Media Sosial: Analisis Isi Opini Kandidat Ahok-Djarot dan Anies-Sandi di Twitter. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 8(2), 45–56. <https://doi.org/10.35814/coverage.v8i2.589>
- BIN MUHAMMAD ALKATIRI, A., NADIAH, Z., & NASUTION, A. N. S. (2020). Opini Publik Terhadap Penerapan New Normal Di Media Sosial Twitter. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 11(1), 19–26.
- Eferi, E. (2015). Manajemen Bidang Hubungan Masyarakat Untuk Meningkatkan Citra SMA. *Manajer Pendidikan: Jurnal Ilmiah Manajemen Pendidikan Program Pascasarjana*, 9(6).
- Enterprise, J. (2014). *Instagram untuk fotografi digital dan bisnis kreatif*. Elex Media Komputindo.
- Eriyanto (2011). Analisis isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya. *Prenada Media, Jakarta*
- Kamaruzzaman, K. (2021). Aktivisme Sosial Dan Pemerksaan Penglibatan Masyarakat Dalam Era Media Baharu.
- Khaza Sukma Sakinah, & Renata Anisa. (2023). Program Eksternal Public Relations PT Trueve Mitra Indonesia. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 2(6), 665–675.
- Lusiana, E. D., & Mahmudi, M. (2020). *Teori dan Praktik Analisis Data Univariat dengan PAST*. Universitas Brawijaya Press.
- Qadri, M. (2020). Pengaruh Media Sosial Dalam Membangun Opini Publik. *Qaumiyyah: Jurnal Hukum Tata Negara*, 1(1), 49–63. <https://doi.org/10.24239/qaumiyyah.v1i1.4>
- Ritonga, E. Y. (2018). Teori agenda setting dalam ilmu komunikasi. *JURNAL SIMBOLIKA Research and Learning in Communication Study*, 4(1).
- Sugianto, K. (2017). Opini Pemirsa Surabaya Terhadap Blur dalam Program Acara di Televisi. *Jurnal E-komunikasi*, 5(1).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.

Website

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023#:~:text=Menurut%20laporan%20We%20Are%20Social,orang%20pada%20awal%20tahun%20ini> (diakses senin 6 november)