

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Babbie, E. (2016). *The Practice of Social Research*. Boston: Cengage Learning.

Bougie, R., & Sekaran, U. (2019). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. John Wiley & Sons.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (Fifth Edition)*. Sage Publication

Djamal, H., & Fachruddin, A. (2017). *Dasar-dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi: Edisi 2*. Prenada Media.

Fortner, S.R. & Fackler, P.M. (2014). *The Handbook of Media and Mass Communication Theory. Volume 1*. West Sussex: John Wiley and Sons, Inc.

Gani, I., & Amalia, S. (2015). *Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. Penerbit Andi.

Glynn, C. J. (2018). *Public opinion*. Routledge.

Kotler, P., Keller, K. L., Mairead, B., Goodman, M., & Torben, H. (2016). *Marketing Management 3rd edition*. Pearson Education Limited.

Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2008). *New media: A critical introduction*. Routledge.

Littlejohn, S.W., & Karen A.F. (2009). *Theories of Human Communications*, 9th ed. Jakarta: Salemba Humanika.

Looy, A. Van. (2016). *Social Media Management: Technologies and Strategies for Creating Business Value*. Springer International Publishing Switzerland

Malhotra, N.K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2020) *Marketing Research*. Pearson UK.

McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*, Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika.

Nimmo, D. (2010). *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*. (Tjun Sujarman, Penerjemah). Bandung: Remaja Rosdakarya.

Neuman, W.L. (2014). *Metode Penelitian Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif* (Edisi 7). Jakarta: Indeks.

Riswandi. (2009). *Komunikasi Politik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Weller, K., et al. (2014). *Twitter and Society*. New York: Peter Lang Publishing.

Jurnal

Aminah, A. (2019). Peran media sosial “facebook” dalam proses pembentukan opini publik menjelang pemilihan umum legislatif 2019 di kabupaten aceh jaya. *SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2).

Anindita, L. (2024). Pengaruh Media Sosial dan Komunikasi Publik Gubernur terhadap Opini Publik (Studi Analisis Regresi Pada Kepemimpinan Gubernur Kepulauan Bangka Belitung Periode 2017-2022). *Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 71-90.

Aryantini, P. T., Pramana, G. I., Erviantono, T., & Duarte, E. F. B. (2024). *Peran Media Sosial Dalam Pembentukan Opini Publik Politik: Studi*

Kasus Kampanye Pemilu 2024. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 5(5), 81-90.

Bisen, A. (2023). *Quantitative Study of the Influence of Social Media Reviews on Brand Perception*. Available at SSRN 4534836.

Harefa, C. O. (2022). Studi komunikasi media baru pada pengguna aplikasi konferensi video dalam pembelajaran daring di masa Covid-19. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 45-55.

Hariputra, R. P., & Defit, S. (2022). Analisis sistem antrian dalam meningkatkan efektivitas pelayanan menggunakan metode *accidental sampling*. *Jurnal Sistim Informasi Dan Teknologi*, 70-75.

Jiang, L., Duishekeeva, A. T., Wang, R., Liu, T., & Hu, F. (2025). *Analyzing the impact of social media on the formation of public opinion and trust in information in contemporary journalism in Kyrgyzstan. Review of Communication*, 25(2), 63-77.

Juleha, J., Yuniar, J., & Marsuki, N. R. (2024). Peran media sosial dalam dinamika opini publik dan partisipasi politik era digital. *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 3(1), 38-45.

Putri, K. Y. S., Adamu, A. A., Mukhtar, S., Safitri, D., Hafni, R. D., & Nur, D. (2020). *The impact of new media literacy and supply chain knowledge management on community economy in Indonesia. International Journal of Supply Hain Management*, 9(3), 562-567.

Meidatuzzahra, D. (2019). Penerapan *accidental sampling* untuk mengetahui prevalensi akseptor kontrasepsi suntikan terhadap siklus menstruasi (Studi kasus: Pukesmas Jembatan Kembar Kabupaten Lombok Barat). *AVESINA: Media Informasi Ilmiah Universitas Islam Al-Azhar*, 13(1), 19-23.

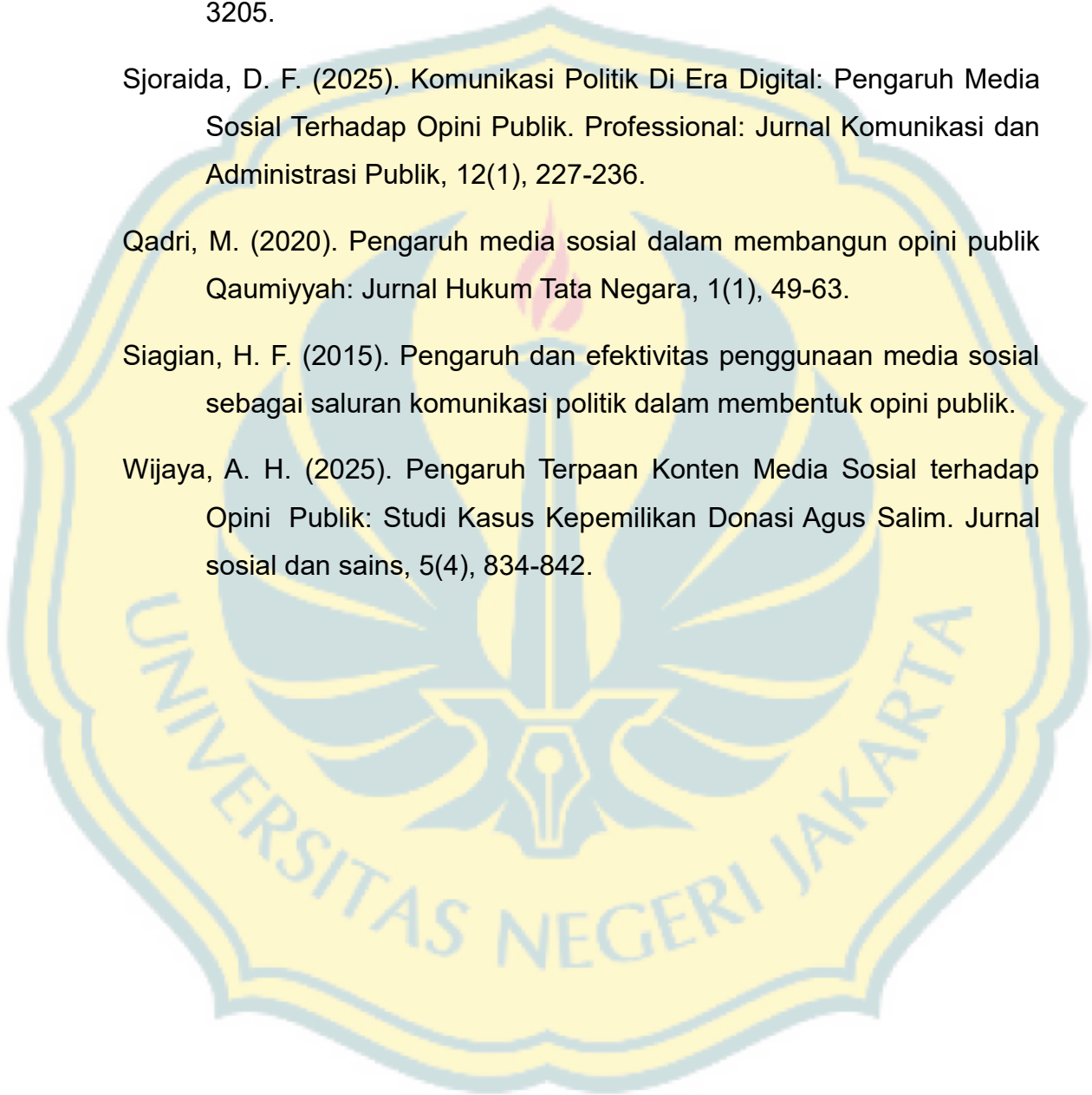
Putri, Y. D., & Sutarjo, M. A. S. (2023). Strategi Humas Pemerintahan Kota Bandung dalam Mengelola Media Sosial Instagram@humas_bandung. *JlIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(5), 3198-3205.

Sjoraida, D. F. (2025). Komunikasi Politik Di Era Digital: Pengaruh Media Sosial Terhadap Opini Publik. *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 12(1), 227-236.

Qadri, M. (2020). Pengaruh media sosial dalam membangun opini publik Qaumiyyah: *Jurnal Hukum Tata Negara*, 1(1), 49-63.

Siagian, H. F. (2015). Pengaruh dan efektivitas penggunaan media sosial sebagai saluran komunikasi politik dalam membentuk opini publik.

Wijaya, A. H. (2025). Pengaruh Terpaan Konten Media Sosial terhadap Opini Publik: Studi Kasus Kepemilikan Donasi Agus Salim. *Jurnal sosial dan sains*, 5(4), 834-842.



Intelligentia - Dignitas