

**Reception Analysis terhadap Kehadiran Jokowi dan Prabowo
pada Pernikahan Atta dan Aurel di Postingan
Akun Twitter @KemensegRI**

Vivi Nur Afifah¹, Herlina Suksmawati²

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN “Veteran”^{1,2}
Jl. Rungkut Madya No.1, Gunung Anyar, Surabaya 60294, Jawa Timur, Indonesia^{1,2}

e-mail: afifahvivi94@gmail.com¹, e-mail: herlinasuksma@gmail.com²

Abstract

Twitter @KemensegRI is the Twitter account of the State Secretariat who is tasked and responsible to the President for State activities. The presence of Jokowi and Prabowo at Atta and Aurel's wedding in the midst of the Covid-19 pandemic was posted on the Twitter account @KemensegRI. The posting of the presence of Jokowi and Prabowo caused a lot of controversy among netizens. This study aims to find out how the reception analysis of the presence of Jokowi and Prabowo at Atta dan Aurel's wedding posted on the Twitter account @KemensegRI. This study uses a qualitative approach with Stuart Hall's reception analysis method which is categorized into three types of reception. The result of this study indicate that the acceptance of netizens in receiving news related to the presence of Jokowi and Prabowo at Atta and Aurel's wedding posted on the @KemensegRI Twitter account has different views. In receiving the news, one informant occupies the Dominant Hegemonic Position, indicating that the informant accepts the news, two informants occupy the Negotiated Position, indicating that they accept the news but also provide input and suggestions, and others mostly occupy the Oppositional Position, indicating that the informant does not accept and does not agree with the news.

Keywords: Reception Analysis, The presence of Jokowi and Prabowo, Twitter

Abstrak

Twitter @KemensegRI merupakan akun Twitter Kesekretariatan Negara yang bertugas dan bertanggung jawab kepada Presiden atas kegiatan Kenegaraan. Kehadiran Jokowi dan Prabowo pada pernikahan Atta dan Aurel ditengah Pandemi Covid-19 diposting di akun Twitter @KemensegRI. Atas postingan kehadiran Jokowi dan Prabowo tersebut menimbulkan banyak kontroversi di kalangan netizen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana reception analysis terhadap kehadiran Jokowi dan Prabowo pada pernikahan Atta dan Aurel di postingan akun Twitter @KemensegRI. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode reception analysis Stuart Hall yang dikategorikan ke dalam tiga tipe penerimaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerimaan netizen dalam menerima pemberitaan terkait kehadiran Jokowi dan Prabowo pada pernikahan Atta dan Aurel yang diposting di Twitter @KemensegRI memiliki pandangan yang berbeda-beda. Dalam penerimaan pemberitaan tersebut satu informan menempati pada posisi Dominant hegemonic position, menandakan bahwa informan menerima pemberitaan tersebut, dua informan menempati pada posisi Negotiated Position, menandakan menerima pemberitaan tersebut tpi juga memberikan masukan dan saran dan lainnya sebagian besar menempati pada posisi Oppositional position, menandakan bahwa informan tidak menerima dan tidak setuju dengan pemberitaan tersebut.

Kata Kunci: Reception Analysis, Kehadiran Jokowi dan Prabowo, Twitter

PENDAHULUAN

Di era digital seperti saat ini, internet berpengaruh besar dalam kehidupan dan sudah menjadi kebutuhan sehari-hari. Bahkan dengan adanya perkembangan teknologi makin pesat membuat perubahan di dunia manusia. Adanya perkembangan teknologi yang sangat pesat membuat masyarakat terpacu untuk mengikuti kecanggihan teknologi. Adanya teknologi internet memuat perkembangan dan informasi kepada khalayak mengalami peningkatan yang signifikan. Internet merupakan sarana yang sangat digemari saat ini. Menurut (Nuryanto, 2012) Perkembangan teknologi dalam hal sebuah informasi sangat berkembang seperti dengan mudahnya dapat mengakses informasi di mana pun dan kapan pun dengan sebuah jaringan internet yang internetnya tersebar luas di mana-mana. Berdasar survei asosiasi penyelenggara Indonesia (APJII) tahun 2018 dicatat pada jumlah penggunaan internet telah mencapai hingga 171,2 juta orang dan selanjutnya 64,8% total populasi penduduk Indonesia.

Penggunaan media sosial tidak terlepas dengan beragam fitur yang di tawarkan. Mulai layanan pesan, membagikan foto-foto, video-video sampai menjadi sebuah ruang pribadi untuk bisa berekspresi dan mengungkapkan beragam opini-opini melalui media sosial. Menurut (Nasrullah, 2015), media sosial adalah suatu internet yang mungkin penggunaanya bisa mengekspresikan diri ataupun interaksi, bekerja sama, berbagi, melakukan komunikasi dengan yang lainnya, dan dapat terbentuk media sosial yang dilakukan virtual. Berikut ini adalah satu contoh media sosial yang terpopuler di Indonesia yaitu media sosial Twitter.

Menurut (Zarella, 2010) Twitter adalah suatu media sosial yang sering digunakan, karena dengan adanya Twitter kita memerlukan waktu yang efisien dan di Twitter segala informasi yang di berikan cepat dan tersebar secara luas. Sehingga Twitter ini merupakan suatu media sosial yang sangat populer di kalangan masyarakat. Dan Twitter menduduki peringkat 5 karena pengguna di Twitter paling banyak. (<https://kominfo.go.id>).

Hadirnya Twitter dapat memberikan kemajuan dalam bidang teknologi di Dunia. Twitter sering digunakan oleh banyak orang dalam melakukan komunikasi menggunakan internet. Twitter ini mempunyai fungsi untuk memberikan berbagai macam informasi dan bisa memuat 140 karakter saat membuat tweet. Twitter merupakan sebagai sumber berita terbaru dan juga ter-update sehingga Twitter ini dapat memberi banyak informasi penting (<https://kodokoalamedia.co.id>) : 3 Oktober 2015).

Penggunaan media sosial di Twitter mencapai 186 juta pengguna aktif pada posisi kuartal kedua pada tahun 2020. Angka tersebut meningkat karena perkiraan dari analis yang memperkirakan cuma meningkat pada 176 juta saja. Pertumbuhan peningkatan ini dapat mencapai 34% di kuartal ke dua tahun 2020. Twitter ini mengalami lonjakan terbesar pengguna aktif yang pernah di catat oleh perusahaan dan belum pernah terjadi sebelumnya. (Julfikli, 2020: pikiranrakyat.com).

Twitter adalah salah satu bentuk media sosial yang bisa digunakan untuk berbagai retweet melakukan foto-foto dan video pendek, untuk membuat kicauan tweet pendapat maupun aspirasi. Di

dalam Twitter ini kita bisa menjangkau siapa pun tidak hanya teman kita saja tetapi di Twitter ini kita menjangkau public figur bahkan kita juga bisa menjangkau tokoh atau politikus yang mengikuti dan berkecimpung di media sosial Twitter.

Pengguna media sosial *Twitter* yang sering disebut *netizen* merupakan orang-orang yang aktif dalam media sosial khususnya di *Twitter*. Menurut Kamus Bahasa Indonesia *netizen* di definisikan sebagai warga internet yang merupakan akronim dari internet dan citizen (warga). Netizen adalah orang yang aktif dalam media sosial. Kata *netizen* pertama kali di munculkan oleh Michael Hauben (Orlowski, 2001), yang menyebutkan netizen adalah “*citizen of the net*” (Hauben, 1995). *Netizen* berupaya untuk memberikan pandangan atau reaksi dalam bentuk komentar-komentar. *Netizen* lebih cenderung menyuarakan pandangan terhadap isu-isu atau postingan yang beredar di media sosial berupa pandangan positif dan negatif.

Pada tanggal 3 April 2021 digelar pernikahan Atta Halilintar (Youtuber nomor 1 se Asia) dengan Aurel Hermansyah (selebriti Indonesia), pernikahan tersebut dihadiri oleh Jokowi, Prabowo dan Ibu Iriana. Jokowi dan Prabowo menjadi saksi dalam pernikahan mereka. Ditengah pandemi covid-19, banyak rakyat yang tidak boleh melakukan hajatan, dan tidak boleh menghadiri hajatan. Tetapi disisi lain, pernikahan Atta dan Aurel dihadiri oleh seorang Presiden Negara dan Pejabat Negara. Bahkan beliau menjadi saksi dalam pernikahan Atta dan Aurel. Acara tersebut memang telah menerapkan protokol kesehatan yang sangat ketat untuk bisa mencegah potensi tertularnya virus Covid-19. Akan tetapi disisi lain meskipun rakyat menggelar pernikahan sesuai dengan peraturan dan mematuhi protokol kesehatan ketat masih bisa di bubarkan oleh para aparat, bahkan pada awal PSBB, warga sempat dilarang menggelar resepsi pernikahan. Selain itu, resepsi pernikahan dipersulit, namun pernikahan selebritis bisa berlangsung bahkan dihadiri Pemimpin Negara. Pemerintah tidak menerapkan peraturan protokol kesehatan disaat pandemi seadilnya, pernikahan Atta dan Aurel benar-benar tidak memberikan contoh yang baik dan keledanan dari Presiden dan Pejabat Negara di era pandemi covid-19. Selain itu, diketahui pemerintah telah menerbitkan larangan mudik lebaran untuk masyarakat mulai 6 Mei sampai 17 Mei 2021 demi meminimalisir penularan Covid-19, namun demikian apa yang diperlihatkan seorang Presiden dan Pejabat Negara hadir dalam pernikahan influencer seakan akan menampar masyarakat yang dituntut taat untuk tidak berkerumun pada masa pandemi Covid-19. Pernikahan tersebut di posting di akun Twitter @KemenseknegRI menuai pro dan kontra. Sehingga pemberitaan ini menimbulkan banyak kontroversi.

Selain itu kehadiran Jokowi dan Prabowo pada pernikahan tersebut tidak ada urusannya dengan Negara. Banyak juga mengaitkan bahwa kehadiran pernikahan tersebut seperti tiada covid-19. Jokowi dan Prabowo tidak memperlihatkan pengaruh yang baik kepada masyarakat. Hal tersebut membuat para *netizen* semakin geram melihat Pemimpin Negara yang menjadi saksi pernikahan selebriti. *Netizen* tiada henti menyerbu akun *Twitter* @KemenseknegRI yang menggunggah foto soal kehadiran Jokowi dan

Prabowo pada pernikahan Atta dan Aurel. Postingan yang diperlihatkan dalam acara pernikahan tersebut seperti acara yang sangat penting di Istana Negara yang dihadiri oleh seorang Presiden.

Beberapa komentar yang ditujukan kepada Jokowi dan Prabowo namanya sempat beberapa kali trending topic di Twitter. Atta dan Aurel pun juga tidak kalah trending di *Twitter*. Atta merupakan Youtuber se Asia dan Aurel merupakan selebriti Indonesia yang pasti berkecimbung di dunia maya yang merupakan sosok millennial yang populer di Indonesia. Banyak yang menduga politikus ingin merapat kepada sosok Atta. Jokowi dan Prabowo pun rela hadir dalam pernikahan tersebut. Akun *Twitter* @KemensetnegRI tak kalah menjadi sorotan memposting foto kehadiran Jokowi dan Prabowo.

Akun resmi @KemensetnegRI juga tersorot. Sebagai akun resmi *Twitter* Sekretariat Negara @KemensetnegRI menjadi salah satu akun yang bertugas dan bertanggung jawab kepada presiden atas kegiatan Kenegaraan. Setiap kegiatan Presiden akan di posting pada akun *Twitter* @KemensetnegRI. Akun @KemensetnegRI sudah bergabung pada *Twitter* pada tahun 2015 sampai saat ini pengikutnya sudah mencapai 590,7 ribu pengikut. Public Figur Ernest menyoroti bahwa kehadiran Jokowi dan Prabowo tersebut tidak selayaknya di publikasikan di akun resmi *Twitter* milik Kementerian Sekretariat Negara @KemensetnegRI. Hal tersebut tidak ada kaitannya dengan Kenegaraan.

Sebagai bahan referensi pada penelitian ini, terdapat penelitian terdahulu yang sama-sama menggunakan metode reception analysis yaitu pada jurnal berjudul “Analisis Resepsi Terhadap Berita Kasus Meiliana Pada Media Online” oleh Sofiana mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta Jurusan Ilmu Komunikasi tahun 2020. Penelitian bertujuan untuk bisa mengetahui mengenai pemahaman dan penerimaan audiens dengan adanya pemberitaan mengenai kasus Meiliana di media massa online. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan wawancara dengan enam informan di kalangan mahasiswa yang mempunyai latar belakang yang berbeda. Dari data yang diperoleh selanjutnya dianalisis dengan menggunakan metode analisis resepsi Stuart Hall. Hasil dari penelitian ini bervariasi dengan adanya interpretasi dari khalayak dalam memaknai suatu pemberitaan mengenai kasus Meiliana yang mengeluh terhadap volume adzan di media online di antaranya pada dominated reading sepakat dengan pemberitaan itu, negotiated reading sepakat namun ada pertimbangan. Penelitian terdahulu selanjutnya dari Moch Nurholis Majid IAI Uluwiyah Mojokerto tahun 2020 berjudul “Analisis Resepsi Mahasiswa Terhadap Pemberitaan Hoax di Media Sosial. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui resepsi mahasiswa UINSA dengan adanya pemberitaan hoax yang beredar di media sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan melakukan FGD pada delapan informan mahasiswa UINSA. Data tersebut kemudian dianalisis menggunakan analisis resepsi Stuart Hall model Decoding. Hasil penelitian ini merupakan satu informan pada posisi hegemonic dominan, lebih menerima hoax tersebut, selanjutnya ada empat informan pada posisi negosiasi, pada posisi ini mereka melakukan konfirmasi mengenai berita hoax yang memberitakan diri mereka, dan selanjutnya tiga informan pada posisi oppositional yaitu mereka

mengetahui adanya informasi mengenai pemberitaan hoax tersebut dan mereka memberikan klarifikasi mengenai kebenaran dari pemberitaan tersebut.

Perbedaan penelitian peneliti adalah untuk mengetahui bagaimana reception analysis terhadap kehadiran Jokowi dan Prabowo pada pernikahan Atta dan Aurel pada postingan akun Twitter @KemasetnegRI. Kehadiran Jokowi dan Prabowo pada pernikahan Atta dan Aurel yang di posting di akun Twitter @KemasetnegRI tersebut menimbulkan banyak kontroversi dikalangan netizen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode reception analysis Stuart Hall yang dikategorikan ke dalam tiga tipe penerimaan. Dominan hegemonic position, negotiated position, oppositional position.

Berdasarkan pemaparan penulis di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Reception Analysis Terhadap Kehadiran Jokowi dan Prabowo Pada Pernikahan Atta dan Aurel di Postingan Akun Twitter @KemasetnegRI”. Rumusan masalah yang penulis ambil adalah bagaimana reception analysis terhadap kehadiran Jokowi dan Prabowo pada pernikahan Atta dan Aurel pada postingan akun Twitter @KemasetnegRI. Dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana reception analysis terhadap kehadiran Jokowi dan Prabowo pada pernikahan Atta dan Aurel di postingan akun Twitter @KemasetnegRI Di mana rakyatpun tidak boleh mengadakan hajatan tetapi influencer ini melakukan hajatan dengan menghadirkan Presiden Jokowi dan Pejabat Negara Prabowo dan pernikahan tersebut di posting di akun Twitter @KemasetnegRI. Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan kontribusi untuk memperdalam kajian-kajian ilmu komunikasi, dan dapat memberikan suatu kontribusi pada penelitian kualitatif yang berkaitan dengan penelitian reception analysis.

Kajian Teori

Teori Perbedaan Individu

Individu merupakan pribadi. Menurut Lysen, individu merupakan “individu”, sesuatu yang keseluruhannya tidak bisa di bagi (terpisah). Jadi tiap orang maupun anak atau orang-orang dewasa, dari berkelompok maupun seorang diri, disebut perorangan. Sebab itu, jika menyangkut mengenai individu, itu merupakan sifat dari individu tersebut, perbedaanya dinamakan individu. Teori yang digunakan oleh Mlewin D. Defleur ini menjelaskan mengenai perbedaan antara individu satu dengan yang lainnya sebagai umpan kepada media dapat menimbulkan efek. Menurut pada teori ini individu merupakan seseorang yang dijadikan sasaran media secara selektif. Didalam hal tersebut juga mempunyai perhatian dengan adanya pesan yang kaitannya dengan suatu kepentingan dan konsisten pada sikap, dan kepercayaan.

Di dalam teori ini beranggapan bahwa manusia sangat bermacam-macam dalam mengorganisasikan psikologinya. Jenis ini dimulai dari dukungan suatu perbedaan yang dilakukan secara biologis, akan tetapi hal ini karena pengetahuan individu sangat tidak sama. Manusia di

besarkan di dalam lingkungan yang sangat berbeda, dari mulai titik pandangan yang sangat berbeda. Dari lingkungan mereka yang dipelajari, manusia memiliki sikap, nilai dan suatu kepercayaan yang bisa mengubah tatanan psikologi pribadi yang membedakan dengan lainnya (Effendy, 2003:275).

Teori Individu menyebut suatu khalayak akan selektif dalam memperhatikan pesan suatu komunikasi, seperti jika dikaitkan dengan kepentingan, itu akan sama dengan sikap dan kepercayaan yang didalamnya terdapat nilai dan tanggapan terhadap suatu pesan komunikasi bisa mengubah tatanan psikologi (Effendy, 2003:316). Dengan adanya perbedaan mengenai penerimaan dari khalayak/netizen dikaji dengan menggunakan teori perbedaan individu bahwa disetiap individu mempunyai pengalaman dan pandangan yang berbeda-beda dari lingkungannya dan dari lingkungannya juga berbeda dalam mengkonsumsi media. Sudut pandang dari perbedaan para individu juga bisa menggambarkan perilaku dari para audien. Pada teori ini lebih menekankan pada isi dari perbedaan individu atau audiens terhadap media yang ditawarkan.

New Media

New media adalah sebuah terminology yang dapat memberikan penjelasan di antara sebuah komunikasi yang berbasis digital komputerisasi sehingga menghubungkan dalam sebuah jaringan. Suatu contoh media baru adalah internet. Sebagaimana media merupakan sebuah perantara, maka hal itu jaringan internet sudah mendapatkan suatu perantara yang terbaru untuk bisa menyebarkan berita, informasi, dan lainnya. Didalamnya terdapat Web, Blog, Online.

Media baru (new media) adalah penggabungan dari media yang berada di masyarakat dan bisa di akses dalam satu media, yaitu komputer dan benda-benda elektronik lain yang bisa online dan bisa masuk di sebuah jaringan internasional (McQuail, 2011). Media baru berasal dari kata “new” yang merupakan baru dan kata “media” merupakan suatu alat yang dapat digunakan untuk menyampaikan suatu pesan untuk penerimanya (Puspita,2015). Media baru mempunyai bervariasi jenis-jenis website maupun situs blog yang sering digunakan masyarakat yaitu media sosial. Yang sering digunakan oleh masyarakat adalah media sosial Twitter. Bahwa media sosial Twitter adalah bentuk media sosial online yang dapat mempermudah penggunaannya untuk bisa membuat pesan. Kelebihan lain internet yaitu new media yang melakukan interaktivitas. Interaktivitas menurut William, Rice dan Rogers merupakan suatu tingkat komunikasi oleh orang-orang yang mempunyai kontrol terhadap peran, dan bisa digunakan untuk menukarkan pesan. Dalam dialog (Thomas, 2007) mempunyai arti jika berada di internet semua masyarakat bisa jadi prosumers, yang merupakan pesan dan konsumen suatu pesan.

Kritikan dengan adanya digitalisasi dan suatu konvergensi untuk menjadikan pusat bahasa dan teori media baru yang mewujudkan pendekatan secara ritual komunikasi. Namun, tertarik pada media, baik yang lama maupun yang memberi ketergantungan bahwa individu akan kesulitan untuk bisa mencapai suatu relasi bertatap muka dan yang lainnya. Teori media baru ini masuk pada tradisi sosial

kulturak yang fokus terhadap bentuk interaksi antara manusia daripada individu. Jadi pada tradisi ini media di anggap bagian konteks suau budaya. Pada toeri ini bermunculan karena dengan ada perkembangan teknologi yang bisa membuat antara media yang lama dengan media yang baru (Santoso, 2011:28).

Media Sosial

Media baru yang sudah lengkap dengan internet itu merupakan media sosial. Media sosial merupakan suatu media online, pengguna media sosial dipermudah untuk saling partisipasi, berbagi, dan terciptanya jejaring sosial, Wikipedia, forum, dunia virtual. Andea Kaplan dan Michael Haenlein mempunyai definisi bahwa media sosial sebagai “kelompok aplikasi yang berbasis jaringan internet dapat membangun dasar-dasar ideologi dan suatu teknologi Web2.0, dan memungkinkan terciptanya pertukaran uses-generated content” (Nazhifah, 2014).

Media sosial adalah sebuah media yang termasuk jaringan sosial online bukan media massa online karena memiliki suatu kekuatan sosial yang mampu berpengaruh besar terhadap opini-opini publik yang berkembang pesat di dalam masyarakat. Menurut (Nasrullah, 2015) media sosial adalah suatu medium internet yang mungkin pengguna bisa membangun dirinya dengan cara interaksi, kerja sama, berbagi, melakukan komunikasi dengan yang lain dan membentuk suatu ikatan secara sosial virtual. Media sosial dapat mendukung berinteraksi secara sosial, media sosial merupakan alat sebagai penyampaian informasi dari orang kepada orang atau sekelompok orang untuk bisa mencapai suatu tujuan individu maupu berkelompok. Untuk bisa paham dengan fungsi dari media sosial, (Kietzman et al:2011) mengatakan fungsi dari media sosial bisa di jelaskan dengan kerangka Honeycomb yang penggambaran media sosial dengan tujuh pilar yaitu: Identity, bagaimana para penggunanya bisa menampilkan diri. Conversation, bagaimana para penggunanya bisa melakukan komunikasi dengan pengguna lain. Sharing, bagaimana para pengguna dapat bertukar isi dan dapat menerima isi. Presence, bagaimana mengetahui kehadiran dari yang lain. Relationship, bagaimana para pengguna bisa terhubung bersama yang lain. Reputation, bagaimana para penggunannya bisa melihat isi dan posisi lain. Grup, bagaimana para pengguna bisa beradna didalam komunitas atau berkelompok (Rosini & Nurningsih, 2018).

Twitter

Menurut (Zarella, 2010) Twitter adalah suatu media sosial yang sering digunakan, karena dengan adanya Twitter kita memerlukan waktu yang efisien dan di Twitter segala informasi yang di berikan cepat dan tersebar secara luas. Twitter merupakan suatu layanan sosial networking yang masuk ke dalam kategori Microblogging atau nge-blog singkat ke dalam satu paragraph atau maksimal 140 karakter dalam hal satu postingan di Twitter. Twitter pendirinya adalah Jack Dorsey di San Fransisco, Californiapada bulan Maret tahun 2006. Twitter di perkenalkan kepada public pada bulan Juli, dan

disebut dengan suatu kicauan di Twitter (tweet). Twitter bisa di akses dengan menggunakan PC, tablet dan gadget lainnya dan satu syarat harus koneksi dengan jaringan.

Menurut Castolo penggunaan media sosial sangat mengerti dengan baik mengenai dunia digitalisasi. Dan orang yang menggunakan Twitter di Indonesia juga aktif dan terlalu semangat dalam memberikan kicauan tweet. Bahkan linimasa di Twitter selalu menjadi bahan Trending yang di perbincangkan di seluruh dunia.(Juditha, 2015).

Di Twitter pengguna bisa melihat tweet dari pengguna lain yang dimunculkan di timeline. Jenis fitur yang menarik di Twitter yaitu:

- a. Reply yaitu fitur untuk membalas tweet yang dishare seseorang.
- b. Retweet fitur untuk meneruskan maupun membagikan tweet ke timeline.
- c. Like merupakan fitur untuk menyukai tweet orang lain yang bagus dan bisa untuk menyimpannya.
- d. Following merupakan fitur untuk mengikuti Twitter orang lain, sehingga apapun yang diposting orang lain pasti akan muncul di timeline.
- e. Followers merupakan fitur yang berbanding terbalik dari following, followers menampilkan orang-orang yang memfollow Twitter kita.
- f. Trending topic merupakan kode hastag (#) yang merupakan penanda dari fitur twitter untuk bisa mempermudah jika ada sebuah topik pemberitaan yang viral. Fitur trending topik ini bisa digunakan untuk membedakan antara sebuah topik dengan topic-topik lain yang biasanya mempunyai kalimat yang mirip di media sosial Twitter.

Reception Analysis

Reception analysis merupakan salah satu yang mempelajari hubungan khalayak dan media, analisis ini memberi makna pada pemahaman tentang suatu teks agar lebih paham bagaimana teks media di baca oleh khalayaknya. Seseorang yang menganalisa suatu media dengan menggunakan kajian analisis resepsi bisa fokus pada pengalaman-pengalaman pada khalayak di sini khalayak bisa disebut penonton atau pembaca media setelah itu bisa menciptakan suatu pengalaman tersendiri (Hadi, 2008). {Formatting Citation}

Menurut Aryani (2006) media bukan suatu instansi yang mempunyai suatu kekuatan yang bisa berpengaruh kepada khalayak melalui pesan yang telah tersampaikan, hal tersebut khalayak ini mempunyai posisi pada pihak yang mempunyai kekuatan untuk terciptanya makna yang bebas dan tindakan sesuai dengan makna yang telah diciptakan. Manfaat teori analisis resepsi untuk bisa mendukung khalayak agar tidak pasif dan menghasilkan makna tersendiri kepada media dan bersifat terbuka. Reception analysis merupakan model encoding-decoding dari Stuart Hall. Menurut Stuart Hall (1973) mempunyai tiga posisi penerimaan untuk merespon terhadap teks media yang ditawarkan dan sesuai dengan keadaan dilingkungan masyarakat. Encoding-decoding Stuart Hall didorong

penginterpretasian dari teks media yang ditawarkan dan melalui produksi dan penerimaan.

Encoding decoding Stuart Hall

Encoding-decoding oleh Stuart Hall dan Davis Morley merupakan gagasan bahwa penonton atau khalayak bermacam-macam dalam merespon pesan media. Dikarenakan penonton ini memengaruhi posisi seperti sosial, jenis kelamin, pengalaman, dan di mana pun keberadaan mereka dan sesuatu yang mereka lakukan ketika mereka ini menerima pesan (Morley, 2005:82). Sedangkan menurut Davis (2004:62) memberikan penjelasan bahwa asumsi bukan kegiatan yang pasif, akan tetapi kegiatan yang aktif yang akan menghasilkan sebuah makna. Pemaknaan yg dilakukan oleh khalayak menurutnya dikategorikan ke dalam tiga kategori yaitu:

1. Dominant hegemonic position, di mana khalayak ini menerima dan memproduksi kode teks pesan. Jadi pada posisi ini khalayak menerima apa yang ditawarkan oleh media (Davis, 2004)
2. Negotiated position, di mana ketika khalayak memaknai dan menerima kode teks akan tetapi khalayak ini bisa mengubah sesuai dengan pengalaman dan cara pandang dari khalayak (Davis, 2004)
3. Oppositional position, di mana khalayak mempunyai pandangan yang berbeda dengan kode teks yang ditawarkan. Pada posisi ini khalayak berada pada posisi yang berlawanan dengan kode teks sehingga pada posisi ini khalayak menolak dan tidak setuju dengan kode teks yang ditawarkan dan mereka mempunyai alternative lain (Davis, 2004)

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif, penelitian yang dimaksud untuk bisa mendapat pemahaman yang sifatnya umum. Menurut (Moleong,2007). Penelitian deskriptif bertujuan untuk menjelaskan fenomena-fenomena yang di alami dalam objek peneliti dan di deskripsikan dalam bentuk kata. Penelitian ini selain menggunakan kualitatif, penulis menggunakan reception analysis Stuart Hall. Model reception analysis Stuart Hall sesuai dengan frame of reference dan field of experience karena disetiap diri individu mempunyai pandangan dan perbedaan yang tidak sama. Reception analysis Stuart Hall menggunakan model encoding-decoding Stuart Hall dan Davis Morley yang merupakan pandangan dari khalayak atau penonton bervariasi dalam merespon pesan media yang di tawarkan.

Teknik dalam menentukan para informan menggunakan metode purposive. Di mana informan yang terpilih harus memiliki karakteristik sesuai penelitian. Informan yang terpilih yaitu informan yang aktif dalam media sosial Twitter. Netizen yang aktif di Twitter dapat dilihat dari akun Twitternya, masih aktif menggunakan Twitter sampai sekarang dan informan penelitian berusia 18-25 tahun berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, memfollow Twitter @KemsetnegRI, informan dari followers @KemsetnegRI yang memberikan komentar positif maupun negatif, informan berjumlah 6 orang.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan juga dokumentasi. Dengan menggunakan teknik wawancara mendalam, peneliti mendapatkan data dan informasi yang lebih detail. Pada analisis data yang akan menjadi acuan untuk penelitian ini menggunakan beberapa tahapan. Menurut (Miles, Matthew B & Huberman, 2007) reduksi data merupakan suatu pemilihan, pemusatan dan suatu perhatian yang penyederhanaan, suatu abstrak dan transformasi suatu data melalui suatu hasil dari penelitian yang dilakukan di suatu lapangan. Dalam Penyajian Data terkumpulnya suatu informasi yang sudah tersusun kemudian setelah itu dilakukan penarikan suatu kesimpulan. Selanjutnya dalam penarikan kesimpulan, pada tahap ini peneliti harus sudah sampai pada suatu tahap kesimpulan dan melakukan verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pemahaman Kehadiran Jokowi dan Prabowo Pada pernikahan Atta dan Aurel di Postingan Akun Twitter @KemasetnegRI

Dari wawancara mendalam (*in-depth interview*) yang dilakukan peneliti kepada keenam informan mendapatkan beberapa poin terhadap pemahaman mengenai kehadiran Jokowi dan Prabowo pada pernikahan Atta dan Aurel di postingan akun Twitter @KemasetnegRI. Berkaitan mengenai pemahaman kehadiran Jokowi dan Prabowo informan 6 memberikan penjelasan mengenai pemahaman tersebut dan menurut informan tersebut merupakan hal yang sangat wajar. Di sini informan 6 sangat simpel memberikan penjelasan bahwa menurut informan 6 kehadiran Jokowi dan Prabowo pada pernikahan Atta dan Aurel diposting di akun Twitter @KemasetnegRI merupakan hal yang biasa dan tidak ada masalah jadi sah-sah saja. Sebagaimana yang dituturkan informan 6:

“Menurut saya di posting di akun Twitter @KemasetnegRI itu biasa aja deh tidak masalah.”

Selanjutnya memberikan masukan dan saran adalah informan 1,5. Informan 1 dan 5 memberikan penjelasan mengenai kehadiran Jokowi dan Prabowo pada pernikahan Atta dan Aurel yang diposting di akun Twitter @KemasetengRI. Menurut kedua informan ini hal yang sangat wajar dan untuk kenangan saat diposting di akun Twitter @KemasetnegRI dan menghadiri acara pernikahan tersebut sudah mematuhi protokol kesehatan yang benar-benar ketat. Akun Setneg merupakan akun Kesekretariatan Negara yang memposting kegiatan Presiden jadi tidak ada masalah jika memposting kehadiran Jokowi dan Prabowo pada pernikahan tersebut. tetapi kedua informan ini memberikan masukan jika hadir ke pernikahan harus mikir-mikir lagi karena berkerumun. Dan informan 1 memberikan masukan jika menghadiri pernikahan jangan diposting di akun Setneg karena akan membuat netizen gempar dan onar. Lain kali tidak usah diposting biar tidak bikin rebut. Berikut pemahaman dari salah satu yaitu informan 1:

“Menurut aku kehadiran Jokowi dan Prabowo saat menjadi saksi dalam pernikahan Atta dan

Aurel ditengah pandemi Covid-19 ini diposting di akun Twitter @KemensetengRI itu hal sangat wajar sih. Jokowi datang ke acara pernikahan itu sudah dengan protokol kesehatan yang benar-benar ketat jadi tidak ada masalah dan akun Setneg kan memang akun tersebut memposting kegiatan-kegiatan Presiden. Dan diposting di akun Setneg kan untuk kenangan atas pernikahan Atta dan Aurel, jadi untuk di abadikan gitu jadi nggak usah lah di besar-besarkan masalah seperti ini. Lagian kan cuma sekali doang kan akun Setneg ngeposting beginian dan aku yakin gabakal ngeposting kaya gini lagi deh. Kalau netizen lainnya nggak suka ya jangan diliat toh nggak merugikan mereka. Untuk Setneg daripada bikin onar netizen mending kalau acara nikahan begini tuh tidak usah diposting di akun Setneg. Sebenarnya tidak apa-apa ya, tetapi bikin rebut semuanya, lain kali gausah diposting-posting ada yang suka dan ada yang tidak suka loh, sebenarnya saya oke-oke aja, tetapi saya piker-pikir kok gini banget diposting, bikin ulah bikin rebut se-Indonesia”

Berbeda dengan informan sebelumnya, informan 2,3,4, ini menyatakan bahwa hal tersebut sangat tidak wajar dan hal tersebut sangat miris. Bahwa pernikahan tersebut tidak ada urusannya dengan

Negara yang harus dihadiri dan diposting di akun Twitter @KemensetnegRI. Bahwa bisa dilihat kualitas dari pemimpin hanya sebatas saksi nikahan saja. Berikut merupakan pemahaman dari pernyataan informan 3 mengenai kehadiran Jokowi dan Prabowo pada pernikahan Atta dan Aurel yang diposting di akun Twitter @KemensetnegRI.

“Saya tidak setuju karena jelas sangat tidak wajar saksi nikah di posting di akun Twitter @KemensetnegRI yang merupakan akun Sekretariat Negara. Pernikahan di posting di akun Twitter itu kaya pernikahan sangat penting di Negara gitu lo mbak, padahal nda ada urusannya dengan Negara. Jadi keliatan kualitas pemimpin kita cuma sebatas saksi nikahan doang. Pemberitaan sampah kek gini doang ga mikirin rakyat biasa yang pernikahannya aja ditunda, la ini langsung dihadiri Presiden dan Pejabat Negara sangat miris sekali ya pemimpin kita”

Pemahaman Menghadiri Pernikahan di Tengah Pandemi Covid-19

Selanjutnya hal kedua diungkapkan dari para informan mengenai pemahaman menghadiri pernikahan ditengah Pandemi Covid-19. Informan 1 berpendapat bahwa resepsi pernikahan maupun hajatan itu tidak masalah, karena yang dilarang dan dibubarkan itu yang tidak mematuhi protokol kesehatan dan didaerah tempat tinggal informan 1 sudah banyak yang menyelenggarakan hajatan/resepsi pernikahan dan tiap daerah memiliki peraturan dan sudah mendapatkan izin dari pihak yang berwajib. Jadi, informan 1 tidak mempermasalahkan resepsi pernikahan karena di daerah nya sudah banyak yang menyelenggarakan resepsi pernikahan.

“Resepsi pernikahan atau hajatan itu tidak masalah, menghadiri acara pernikahan juga tidak masalah karena didaerah saya sendiri pada saat itu sudah banyak yang menyelenggarakan hajatan atau resepsi pernikahan. Karena setahu saya yang dilarang dan dibubarkan adalah yang tidak

mematuhi protokol kesehatan, dan tiap-tiap daerah memiliki otonomi terkait peraturan tersebut, tentunya sudah mendapat izin dari pihak yang berwajib.”

Informan 2 memberikan penjelasannya bahwa menurut informan 2 pernikahan yang dihadiri oleh Presiden dan Pejabat Negara tidak pantas. Karena dalam pernikahan tersebut menimbulkan kerumunan. Undangan Atta dan Aurel sangat banyak jadi menimbulkan kerumunan dalam pernikahan tersebut. Berikut pemahaman informan 2:

“Saya tidak setuju karena pada dasarnya acara pernikahan akan menimbulkan kerumunan apalagi undangannya Atta dan Aurel banyak.”

Informan 3 dan 4 berpendapat bahwa Presiden Jokowi pilih kasih kepada influencer Atta, resepsi pernikahan Atta dipermudah dan dihadiri sebagai saksi dalam pernikahannya dan rakyat biasa dipersulit, Jokowi seperti membedakan antara rakyat biasa dan influencer terkenal. Menurut informan 3 ini sangat ironis sekali. Informan 4 mengungkapkan bahwa hal tersebut tidak adil karena seharusnya menerapkan peraturan itu untuk semua orang apapun itu profesinya mau kaya maupun miskin harus dilakukan dengan adil. Berikut jawaban dari informan 4:

“Ini semua tidak adil dong, kalau mau menerapkan aturan itu ya harus berlaku untuk semua orang, apapun profesinya, mau kaya ataupun miskin, jangan aturan hanya berlaku untuk orang biasa saja yaa, kalau artis aja dipermudah untuk melaksanakan pernikahan, rakyat biasa juga harus dipermudah, jangan tidak adil gini semua harus dipukul rata.”

Selanjutnya informan 5,6 berpendapat bahwa menggelar pernikahan sudah mematuhi protokol kesehatan yang ketat. Sehingga sah-sah aja menggelar pernikahan ditengah pandemic Covid-19.

Pembahasan

Penerimaan Kehadiran Jokowi dan Prabowo Pada Pernikahan Atta dan Aurel di Postingan Akun Twitter @KemensetnegRI

Untuk melihat bagaimana penerimaan khalayak/netizen dalam analisis penelitian peneliti, peneliti sudah memberikan pengelompokan suatu penginterpretasian kepada para informan kedalam suatu model teori encoding-decoding dari Stuart Hall yang menjadikan khalayak aktif bisa memaknai suatu teks media yaitu dominant hegemonic code, negotiated code, oppositional code. Hal tersebut akan dijabarkan suatu informasi dan penjelasannya yaitu:

1. Dominant Hegemonic Code

Dalam memaknai tentang pemberitaan kehadiran Jokowi dan Prabowo di postingan akun Twitter @KemensetnegRI dilihat dari data jawaban dari keenam informan, informan 6 menerima

pemberitaan ini. Informan menerima pemberitaan ini karena menurut informan 6 merupakan hal yang sangat wajar dan tidak menjadi masalah jika kehadiran Jokowi dan Prabowo pada pernikahan Atta dan Aurel diposting di akun Twitter @KemasetnegRI. Informan 6 ini menerima dan tidak ada masalah.

2. Negotiated Code

Dalam memaknai pesan tentang kehadiran Jokowi dan Prabowo pada pernikahan Atta dan Aurel maka informan 1,5 disebut pada posisi Negotiated Code. Jadi di sini kedua informan ini menerima terhadap pemberitaan tersebut, dan kedua informan ini juga memberikan pertimbangan dan saran terhadap pemberitaan Jokowi dan Prabowo pada pernikahan Atta dan Aurel sehingga informan menyampaikan panafsiran alternatif mengenai penolakan atau yang tidak mendukung tentang pemberitaan ini. Informan 1 memaknai tentang pemberitaan kehadiran Jokowi dan Prabowo pada pernikahan Atta dan Aurel yang diposting di akun @KemasetnegRI dan menerima pemberitaan tersebut. Di sini informan 1 menilai bahwa kehadiran Jokowi dan Prabowo saat menjadi saksi dalam pernikahan Atta dan Aurel yang diposting di akun Twitter @KemasetnegRI itu merupakan hal yang sangat wajar. Setneg memposting foto di akun Twitter bisa juga untuk menjadi kenangan atas pernikahan Atta dan Aurel. Informan 1 menganggap hal seperti itu tidak perlu untuk dibesar-besarkan karena hal wajar dan sepele. Dan di sini informan 1 juga memberikan masukan dan saran jika menghadiri acara pernikahan tidak perlu untuk diposting di akun Setneg @KemasetnegRI karena jika diposting di akun Setneg @KemasetnegRI akan membuat onar netizen Indonesia apalagi ditengah Pandemi Covid-19. Hal tersebut akan menimbulkan keributan dan akan menjelekkkan Jokowi dan Prabowo karena kehadiraannya diposting di akun Twitter @KemasetnegRI. Kemudian untuk informan 5 memaknai dan menerima pemberitaan kehadiran Jokowi dan Prabowo pada pernikahan Atta dan Aurel yang diposting di akun Twitter @KemasetnegRI dinilai juga sangat wajar dan untuk dibuat kenangan karena sudah mematuhi protokol kesehatan yang ketat. Informan 5 memberikan masukan ditengah pandemi Covid-19 ini Presiden harus memikirkan matang-matang jika harus menghadiri acara pernikahan Atta dan Aurel, karena pasti undangannya banyak. Jangan mementingkan diri sendiri tetapi harus mementingkan yang lainnya.

3. Oppositional Code

Dalam memaknai pemberitaan kehadiran Jokowi dan Prabowo pada pernikahan Atta dan Aurel, maka informan 2,3,4 disebut pada posisi Oppositional Code. Informan tersebut menolak dan tidak menyetujui adanya pemberitaan kehadiran Jokowi dan Prabowo pada pernikahan Atta dan yang diposting di akun Twitter @KemasetnegRI. Alasan menolak adanya pemberitaan tersebut mereka memiliki pendapat yang beragam dan bervariasi. Mereka melakukan penolakan dan tidak setuju karena kehadiran Jokowi dan Prabowo ditengah Pandemi Covid-19 dan menjadi saksi dalam pernikahan Atta

dan Aurel dan kehadiran tersebut diposting di akun Twitter @KemensetnegRI yang merupakan akun Setneg Kesekretariatan Negara. Informan 2 menolak dan tidak setuju dengan pemberitaan mengenai kehadiran Jokowi dan Prabowo pada pernikahan Atta dan Aurel di postingan akun Twitter @KemensetnegRI. Dengan adanya ketidaksetujuan ini informan 2 memberikan alasan bahwa postingan kehadiran di akun Twitter tersebut merupakan hal yang tidak wajar. Karena Jokowi dan Prabowo berbondong-bondong menjadi saksi pernikahan mereka dan tidak memikirkan bahwa ini merupakan masih dalam situasi pandemic Covid-19. Selanjutnya untuk informan 3 juga memberikan penolakan dan tidak setuju dengan pemberitaan mengenai kehadiran Jokowi dan Prabowo pada pernikahan Atta dan Aurel di postingan akun Twitter @KemensetnegRI. Informan memberikan penilaian bahwa hal tersebut sangat tidak wajar pernikahan influencer di hadiri seorang presiden dan menjadi saksi dalam pernikahan mereka dan di posting di akun Twitter @KemensetnegRI karena akun ini merupakan akun Kesekretariatan Negara. Postingan tersebut diposting di akun Twitter itu sangat tidak penting, tidak ada urusannya dengan Negara. Hal tersebut membuat informan 3 ini memberikan penilaian bahwa kualitas pemimpin di Indonesia hanya sebatas saksi pernikahan saja. Itu merupakan suatu yang sangat miris di Negara ini. Kemudian informan 4 juga memberikan penolakan dan tidak setuju dengan pemberitaan mengenai kehadiran Jokowi dan Prabowo pada pernikahan Atta dan Aurel di postingan akun Twitter @KemensetnegRI. Pernikahan itu bukan urusan Negara. Informan 4 ini memberikan tanggapan yang menohok mengenai pemberitaan ini Presiden Jokowi mending mengurus Negara daripada mengurus pernikahan influencer.

PENUTUP

Dari hasil pembahasan berdasarkan dari analisis data kepada para informan melalui wawancara mendalam (In-depth Interview) yaitu khalayak/netizen terhadap kehadiran Jokowi dan Prabowo pada pernikahan Atta dan Aurel di postingan akun Twitter @KemensetnegRI dapat disimpulkan bahwa penerimaan khalayak/netizen itu dibagi menjadi tiga bagian yaitu dominant hegemonic code, Negotisted code, dan oppositional code. Dalam hal memaknai dan menerima pemberitaan tentang kehadiran Jokowi dan Prabowo pada pernikahan Atta dan Aurel di postingan akun Twitter @KemensetnegRI memiliki pendapat dan pandangan yang berbeda dan beragam. Perbedaan pendapat atau persepsi dalam menanggapi kehadiran Jokowi dan Prabowo pada postingan akun Twitter @KemensetnegRI terlihat dengan adanya informan yang menyetujui dan menerima pemberitaan tersebut, kemudian ada yang menyetujui dan memberikan saran dan pandangan sesuai dengan pengalamannya, sebagian ada yang tidak setuju dan menolak dengan adanya pemberitaan tersebut.

Dalam pemberitaan mengenai kehadiran Jokowi dan Prabowo pada pernikahan Atta dan Aurel di postingan akun Twitter @KemensetnegRI satu informan diposisi Dominant Hegemonic Code karena

menerima pemberitaan tersebut dan pemberitaan tersebut merupakan hal yang sangat wajar dan tidak masalah diposting di akun Twitter @KemenseknegRI. Selanjutnya dua informan berada pada posisi Negotiated Code menerima pemberitaan tersebut dan masalah tersebut tidak perlu dibesar-besarkan karena memposting foto kehadiran Jokowi dan Prabowo pada pernikahan Atta dan Aurel hanya dibuat sebagai kenangan saja. Kedua informan ini juga memberikan masukan dan saran. Untuk selanjutnya, ada tiga informan yang berada pada posisi Oppositional Code. Dalam posisi ini tiga informan memberikan penolakan dan tidak menyetujui dengan adanya pemberitaan mengenai kehadiran Jokowi dan Prabowo pada pernikahan Atta dan Aurel yang diposting di akun Twitter @KemenseknegRI. Mereka melakukan penolakan dan tidak setuju karena kehadiran Jokowi dan Prabowo menjadi saksi ditengah Pandemi Covid-19 diposting di akun Twitter yang merupakan akun Setneg Kesekretariatan Negara merupakan hal yang sangat tidak pantas.

Saran

Pada penelitian ini diharapkan penelitian dari peneliti ini bisa menjadi referensi dan juga bisa dijadikan sebagai data pendukung untuk melakukan penelitian selanjutnya. Selain itu untuk peneliti selanjutnya memperluas lingkup tidak hanya fokus kepada netizen tetapi lebih luas lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Juditha, C. (2015). "Fenomena Trending Topic Di Twitter: Analisis Wacana Tweet #Savehajilulung Trending Topic Phenomenon on Twitter: Discourse Analysis of Tweet #Savehajilulung. *Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan*, 16(2), 138–154.
- Kietzmann, J. H. *et al.* (2011). Sosial media ? Get serious ! Understanding the functional building blocks of sosial media', *Business Horizons*. 'Kelley School of Business, Indiana University', 54(3), pp. 241–251. doi: 10.1016/j.bushor.2011.01.005.
- Puspita, Y. (2015). Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay The Usage of New Media to Simplify Communication and Transaction of Gay Prostitute. 18(3), pp. 203–212.
- McQuail, D. (2011). Teori Komunikasi Massa, Edisi 6 Buku 1. In *Jakarta: Salemba Humanika*. Salemba Humanika.
- Miles, matthew B & Huberman, A. M. (2007). *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Universitas Indonesia.
- Moleong, L. J. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana. (2003). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan*

Ilmu. Remaja Rosdakarya.

- Nasrullah, R. (2015). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi. In *Bandung: Simbiosis Rekatama Media* (Vol. 2016).
- Nazhifah. (2014). Pengaruh Twitter Terhadap Perilaku Kecanduan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau. *Jom FISIP*, 2, 2.
- Ningsih, W. L. (2018). PENERIMAAN FANBOY DI SURABAYA TERHADAP GAMBARAN PRIA METROSEKSUAL YANG DIREPRESENTASIKAN MELALUI MUSIC VIDEO OLEH BOYBAND K-POP BIG BANG', *Jurnal Fisip*, 22(071311533087), pp. 1–12. Available at: http://repository.unair.ac.id/70590/3/JURNAL_Fis.K.22_18_Nin_p.pdf.
- Nurcholis Majid, M. (2020) 'Analisis Resepsi Mahasiswa Terhadap Pemberitaan Hoax di Media Sosial', *ETTISAL Journal Of Communication*, 5(2), pp. 227–237. Available at: <https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/ettisalhttp://dx.doi.org/10.21111/ejoc.v5i2.4655>.
- Nuryanto, H. (2012). *Sejarah Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi*. PT Balai Pustaka (Persero).
- Puspita, Y. (2015). Pemanfaatan New Media Dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay. *Jurnal Pekommas*, 18, 206.
- Rosini, R., & Nurningsih, S. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Pencarian dan Komunikasi Informasi Kesehatan. *Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 14(2), 226–237.
- Santoso, S. (2021) “Analisis Resepsi Audiens Terhadap Berita Kasus Meiliana di Media Online”, *Komuniti : Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 12(2), pp. 140–154. Available at: <https://journals.ums.ac.id/index.php/komuniti/article/view/13285>.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Zarella, D. (2010). The Sosial Media Marketing Book. In *Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta Anggota IKAPI*. PT Serambi Ilmu Semesta Anggota IKAPI.