

**PENGARUH POSTINGAN INSTAGRAM #INDONESIAHELAP TERHADAP  
PERSEPSI MAHASISWA UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA MENGENAI  
EFISIENSI DANA PENDIDIKAN**

Dita Lutfiah<sup>1</sup>, Prayoga Bestari<sup>2</sup>, Aang Supriatna<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>PKN FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia

[<sup>1</sup>ditaalutfiah07@upi.edu](mailto:ditaalutfiah07@upi.edu) , [<sup>2</sup>yogabestari@upi.edu](mailto:yogabestari@upi.edu) , [<sup>3</sup>aangsupriatna@upi.edu](mailto:aangsupriatna@upi.edu)

**ABSTRACT**

*The development of information and communication technology has changed the way people obtain and disseminate information through social media. Instagram has become one of the platforms that greatly influences the formation of public opinion through visual content, information distribution algorithms, and hashtag features. Students, as digital natives, have a high intensity of social media usage, making them more exposed to issues developing in digital spaces. One phenomenon that has attracted public attention is the emergence of the hashtag #IndonesiaGelap, which often contains critical narratives regarding public policies, including the management of educational funding. This study aims to determine the influence of Instagram posts containing the hashtag #IndonesiaGelap on the perceptions of students at Universitas Pendidikan Indonesia regarding the efficiency of educational funding. This research employed a quantitative approach using a survey method involving 1,000 students selected through simple random sampling. Data were collected using closed-ended questionnaires with a Likert scale that had been tested for validity and reliability. The data were analyzed using simple linear regression to examine the relationship between exposure to Instagram posts and students' perceptions. The results showed that posts containing the hashtag #IndonesiaGelap had a significant and negative influence on students' perceptions of educational funding efficiency. This finding was supported by a t-value of -23.572 with a significance level of 0.000 (<0.05). The regression equation  $Y = 44.897 - 0.679X$  indicates that the higher the exposure to the content, the lower the students' positive perception of educational funding efficiency. This study highlights the importance of digital literacy so that students can understand information critically and objectively.*

**Keywords:** *Instagram, #IndonesiaGelap, Students' Perceptions, Educational Funding Efficiency, Digital Literacy*

**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat memperoleh dan menyebarkan informasi melalui media sosial. Instagram menjadi salah satu platform yang memiliki pengaruh besar dalam pembentukan opini publik melalui konten visual, algoritma distribusi informasi, serta penggunaan hashtag. Mahasiswa sebagai generasi digital natives memiliki intensitas penggunaan media sosial yang tinggi sehingga lebih mudah terpapar berbagai isu yang berkembang di ruang digital. Salah satu fenomena yang menarik

perhatian adalah munculnya hashtag #IndonesiaGelap yang banyak memuat kritik terhadap kebijakan publik, termasuk terkait pengelolaan dana pendidikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh postingan Instagram dengan hashtag #IndonesiaGelap terhadap persepsi mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia mengenai efisiensi dana pendidikan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 1.000 mahasiswa yang dipilih melalui teknik simple random sampling. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner tertutup berskala Likert yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Data penelitian dianalisis menggunakan regresi linear sederhana untuk melihat hubungan antara paparan postingan Instagram dan persepsi mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa postingan dengan hashtag #IndonesiaGelap berpengaruh signifikan dan negatif terhadap persepsi mahasiswa mengenai efisiensi dana pendidikan. Hal tersebut dibuktikan melalui nilai t hitung sebesar -23,572 dengan signifikansi 0,000 ( $<0,05$ ). Persamaan regresi  $Y = 44,897 - 0,679X$  menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat paparan konten, maka semakin rendah persepsi positif mahasiswa terhadap efisiensi dana pendidikan. Penelitian ini menegaskan pentingnya literasi digital agar mahasiswa mampu memahami informasi secara kritis dan objektif.

**Kata kunci:** Instagram, #IndonesiaGelap, Persepsi Mahasiswa, Efisiensi Dana Pendidikan, Literasi Digital

## **A. Pendahuluan**

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam sistem komunikasi masyarakat modern. Internet memungkinkan pertukaran informasi secara cepat dan luas tanpa batas geografis (Castells, 2013). Transformasi ini tidak hanya memengaruhi cara individu berkomunikasi, tetapi juga bagaimana informasi diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi dalam kehidupan sehari-hari (Couldry & Hepp, 2017). Salah satu perkembangan penting dalam ekosistem digital adalah munculnya media sosial sebagai ruang interaksi virtual bagi

masyarakat (Kaplan & Haenlein, 2010).

Media sosial memungkinkan pengguna untuk memproduksi, mendistribusikan, serta mengonsumsi informasi secara langsung melalui platform digital (boyd & Ellison, 2007). Kehadiran media sosial juga mengubah pola komunikasi yang sebelumnya bersifat satu arah menjadi komunikasi yang lebih interaktif, partisipatif, dan kolaboratif (Kietzmann et al., 2011). Dalam konteks ini, pengguna tidak lagi hanya sebagai konsumen informasi, tetapi juga sebagai produsen (*prosumer*)

yang aktif membentuk arus informasi di ruang digital.

Salah satu media sosial yang memiliki pengaruh besar dalam komunikasi digital adalah Instagram. Platform ini berkembang menjadi ekosistem media sosial berbasis visual yang kompleks (Leaver, Highfield, & Abidin, 2020). Konten visual memiliki kemampuan yang kuat dalam menarik perhatian pengguna serta menyampaikan pesan secara lebih efektif dibandingkan teks (Alhabash & Ma, 2017). Hal ini diperkuat oleh temuan bahwa konten visual seperti gambar, video, dan infografis mampu meningkatkan keterlibatan pengguna (*engagement*) secara signifikan (Hu, Manikonda, & Kambhampati, 2014). Selain itu, algoritma Instagram juga berperan dalam menentukan visibilitas informasi sehingga konten dengan tingkat interaksi tinggi memiliki peluang lebih besar untuk tersebar luas dan memengaruhi opini publik.

Mahasiswa merupakan salah satu kelompok pengguna media sosial yang paling aktif. Media sosial sering dimanfaatkan oleh mahasiswa sebagai sumber informasi alternatif untuk memahami berbagai isu sosial,

politik, maupun pendidikan (Sheldon & Bryant, 2016). Sebagai generasi digital (*digital natives*), mahasiswa memiliki tingkat keterpaparan yang tinggi terhadap arus informasi di media sosial, sehingga lebih mudah dipengaruhi oleh framing isu yang berkembang di ruang digital. Paparan informasi yang intens melalui media sosial dapat memengaruhi cara mahasiswa memahami suatu isu, termasuk dalam membentuk sikap dan persepsi terhadap kebijakan publik (Westerman, Spence, & Van Der Heide, 2014). Hal ini berkaitan erat dengan *Agenda Setting Theory*, di mana media massa memiliki kemampuan untuk mentransfer nilai pentingnya suatu isu dari agenda media ke agenda publik (McCombs & Shaw, 1972). Melalui algoritma visibilitas, Instagram mampu mengarahkan mahasiswa untuk memprioritaskan isu tertentu berdasarkan frekuensi kemunculannya.

Salah satu fenomena yang berkembang adalah penggunaan *hashtag* sebagai alat mobilisasi opini dan *framing* isu (Highfield & Leaver, 2016; Bruns & Burgess, 2015). Dalam konteks ini, *hashtag* #IndonesiaGelap

muncul sebagai bentuk ekspresi digital untuk menyampaikan kritik terhadap kebijakan publik. Berdasarkan observasi, konten dengan tagar ini didominasi oleh infografis provokatif dan narasi kritis seperti “Negara Masih Bertindak Represif” atau “Menolak Pemangkasan Anggaran Pendidikan”. Munculnya data visual yang menunjukkan ketimpangan anggaran ini menciptakan framing tertentu yang memengaruhi penafsiran individu terhadap realitas (Goffman, 1974). Pengulangan narasi yang sama secara terus-menerus melalui feed, reels, dan story Instagram juga berpotensi memperkuat persepsi negatif mahasiswa terhadap kebijakan pemerintah.

Isu mengenai efisiensi dana pendidikan merupakan topik vital dalam kebijakan nasional. Persepsi mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) terhadap kebijakan ini menjadi penting karena mereka merupakan kelompok intelektual sekaligus calon pendidik yang memiliki sensitivitas tinggi terhadap isu anggaran pendidikan. Namun demikian, persepsi terhadap kebijakan publik tidak selalu terbentuk

berdasarkan data objektif, melainkan juga dipengaruhi oleh intensitas paparan informasi, framing visual, dan narasi emosional yang berkembang di media sosial.

Meskipun studi mengenai aktivisme digital dan pengaruh media sosial telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada perilaku politik, partisipasi digital, dan literasi media. Penelitian yang secara khusus mengukur dampak empiris *hashtag* #IndonesiaGelap terhadap persepsi mahasiswa mengenai efisiensi dana pendidikan masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki unsur kebaruan karena menghubungkan fenomena narasi visual di Instagram dengan persepsi mahasiswa terhadap kebijakan pendanaan pendidikan di Indonesia.

Dengan demikian, penelitian ini dilakukan untuk menguji sejauh mana kekuatan narasi visual di Instagram mampu memengaruhi dan menggeser persepsi mahasiswa menjadi pandangan yang lebih kritis terhadap efisiensi pengelolaan dana pendidikan di Indonesia. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam

pengembangan kajian komunikasi digital, pembentukan opini publik, serta literasi media di era perkembangan media sosial yang semakin masif.

## **B. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dan mengukur hubungan antar variabel penelitian secara objektif melalui data numerik (Sugiyono, 2022). Metode survei dipilih karena dinilai efektif untuk menggambarkan karakteristik dan persepsi populasi besar berdasarkan data sampel yang representatif. Selain itu, metode survei memungkinkan peneliti memperoleh data secara sistematis mengenai pengaruh paparan media sosial terhadap persepsi mahasiswa dalam konteks isu kebijakan publik.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) yang aktif menggunakan media sosial Instagram. Mahasiswa dipilih sebagai subjek penelitian karena merupakan kelompok pengguna media sosial dengan tingkat aktivitas digital yang tinggi serta memiliki

keterlibatan besar terhadap isu sosial dan pendidikan. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *simple random sampling*, sehingga setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi responden penelitian. Berdasarkan teknik tersebut, diperoleh sampel sebanyak 1.000 responden. Jumlah sampel ini dipilih untuk memastikan tingkat representativitas dan akurasi data yang tinggi dalam menggambarkan persepsi mahasiswa di lingkungan kampus.

Instrumen penelitian yang digunakan berupa kuesioner tertutup yang disebarcan secara digital. Penggunaan kuesioner digital dipilih karena lebih efisien dalam menjangkau responden serta sesuai dengan karakteristik mahasiswa sebagai pengguna aktif teknologi digital. Kuesioner ini disusun berdasarkan indikator-indikator dari dua variabel utama:

### **1. Variabel Independen (X):**

Paparan postingan Instagram dengan *hashtag* #IndonesiaGelap, yang diukur melalui intensitas akses, frekuensi kemunculan konten, durasi perhatian responden,

serta tingkat keterlibatan responden terhadap postingan.

**2. Variabel Dependen (Y):**

Persepsi mahasiswa mengenai efisiensi dana pendidikan, yang mencakup dimensi transparansi, efektivitas alokasi anggaran, dan tingkat kepercayaan publik terhadap pengelolaan dana pendidikan.

Pengukuran data menggunakan skala Likert dengan lima kategori jawaban, mulai dari “Sangat Tidak Setuju” hingga “Sangat Setuju”. Skala Likert digunakan karena mampu mengukur sikap, persepsi, dan opini responden secara sistematis dan kuantitatif. Sebelum dilakukan pengambilan data utama, instrumen penelitian telah melewati uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa butir-butir pernyataan dalam kuesioner akurat dan konsisten dalam mengukur variabel penelitian (Ghozali, 2018). Uji validitas dilakukan dengan melihat korelasi antara skor item dan skor total, sedangkan uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan

valid dan reliabel sehingga layak digunakan dalam penelitian.

Data yang telah terkumpul kemudian diolah menggunakan teknik analisis statistik. Tahap pertama meliputi analisis deskriptif untuk melihat gambaran umum distribusi jawaban responden serta karakteristik data penelitian. Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik sebagai syarat sebelum masuk ke tahap inti, yaitu Analisis Regresi Linear Sederhana. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji linearitas, dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan bahwa data memenuhi syarat analisis regresi. Teknik regresi ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh serta kekuatan hubungan antara paparan konten #IndonesiaGelap terhadap perubahan persepsi mahasiswa mengenai efisiensi dana pendidikan. Melalui analisis ini, peneliti dapat mengetahui arah hubungan, tingkat pengaruh, dan kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen secara statistik.

**C. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Penelitian ini menganalisis pengaruh paparan postingan Instagram dengan *hashtag*

#IndonesiaGelap terhadap persepsi mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia mengenai efisiensi dana pendidikan. Berdasarkan pengolahan data terhadap 1.000 responden, ditemukan bahwa variabel paparan konten Instagram (X) berada pada kategori tinggi, sementara variabel persepsi mahasiswa (Y) berada pada kategori sedang. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki tingkat keterpaparan yang besar terhadap konten bertagar #IndonesiaGelap di Instagram, namun persepsi mereka terhadap efisiensi dana pendidikan masih berada pada tingkat yang moderat dan cenderung dipengaruhi oleh intensitas informasi yang diterima melalui media sosial.

Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dan negatif antara paparan postingan Instagram #IndonesiaGelap terhadap persepsi mahasiswa mengenai efisiensi dana pendidikan. Hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai  $t$  hitung sebesar -23,572 dengan tingkat signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ). Persamaan regresi yang dihasilkan adalah:

$$Y = 44,897 - 0,679X$$

Koefisien regresi yang bernilai negatif menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel bersifat berbanding terbalik. Artinya, setiap peningkatan paparan konten kritik #IndonesiaGelap akan menurunkan persepsi positif mahasiswa terhadap efisiensi dana pendidikan sebesar 0,679 poin. Temuan ini memperlihatkan bahwa intensitas paparan informasi di media sosial mampu memengaruhi cara mahasiswa menilai kebijakan publik, khususnya terkait pengelolaan dana pendidikan.

Secara teoritis, hasil penelitian ini mendukung *Agenda Setting Theory* yang menyatakan bahwa media memiliki kemampuan untuk menentukan isu apa yang dianggap penting oleh publik (McCombs & Shaw, 1972). Dalam konteks penelitian ini, tingginya frekuensi kemunculan konten #IndonesiaGelap di Instagram menyebabkan mahasiswa lebih fokus pada isu efisiensi dana pendidikan dibandingkan isu pendidikan lainnya. Pengulangan narasi kritik secara terus-menerus melalui *feed*, *reels*, dan *story* Instagram membuat isu tersebut memperoleh perhatian yang tinggi di

kalangan mahasiswa dan secara perlahan membentuk persepsi tertentu terhadap kebijakan pemerintah.

Selain itu, hasil penelitian juga memperkuat konsep *framing*, di mana media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membingkai realitas sosial melalui cara penyajian pesan (Goffman, 1974). Konten visual seperti infografis, video pendek, dan ilustrasi kritik dalam tagar #IndonesiaGelap mampu menyederhanakan isu kebijakan publik yang kompleks sehingga lebih mudah dipahami dan diserap oleh mahasiswa (Leaver et al., 2020). Penyajian data visual mengenai pemangkasan anggaran pendidikan, ketimpangan kebijakan, serta narasi kritik terhadap pemerintah menciptakan interpretasi tertentu yang dapat memengaruhi cara mahasiswa memandang efisiensi pengelolaan dana pendidikan.

Secara teoritis, hal ini menegaskan bahwa media sosial memiliki kemampuan yang kuat dalam membentuk persepsi publik karena sifatnya yang interaktif dan berbasis visual (Bucher, 2018). Mahasiswa sebagai kelompok *digital natives*

cenderung mengonsumsi informasi secara cepat melalui media visual, sehingga lebih mudah dipengaruhi oleh konten yang memiliki daya tarik emosional tinggi. Tingginya intensitas penggunaan Instagram juga menyebabkan mahasiswa lebih sering menerima paparan isu yang sama secara berulang, yang pada akhirnya memperkuat pembentukan persepsi terhadap suatu kebijakan publik.

Selain itu, algoritma media sosial berperan penting dalam menentukan distribusi informasi. Konten dengan tingkat interaksi tinggi cenderung lebih sering muncul dalam *feed* pengguna, sehingga memiliki peluang lebih besar dalam memengaruhi opini publik (Cotter, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa eksposur terhadap informasi tidak bersifat netral, melainkan dipengaruhi oleh sistem algoritmik yang mengatur visibilitas konten. Penggunaan *hashtag* #IndonesiaGelap memungkinkan berbagai konten kritik terkumpul dalam satu ruang diskusi digital, memudahkan pengguna mengakses perspektif yang beragam, dan membentuk opini kolektif (Bruns & Burgess, 2015).



Fenomena ini juga berkaitan erat dengan konsep *filter bubble*, di mana mahasiswa cenderung menerima informasi yang sejalan dengan keresahan sosial mereka, sehingga memperkuat persepsi negatif terhadap kebijakan pemerintah (Pariser, 2011). Algoritma Instagram memungkinkan pengguna menerima rekomendasi konten yang serupa dengan preferensi sebelumnya, sehingga mahasiswa lebih sering terpapar narasi kritik yang memiliki framing serupa. Akibatnya, mahasiswa dapat membangun persepsi yang semakin kuat terhadap isu efisiensi dana pendidikan karena terus menerima konten yang mendukung sudut pandang tertentu.

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai agen pembentuk opini publik yang masif. Dalam situasi ini, literasi digital menjadi faktor krusial yang menentukan bagaimana mahasiswa memproses, mengevaluasi, dan memverifikasi kebenaran informasi yang mereka terima di ruang digital (Tandoc et al., 2018). Oleh karena itu, kemampuan berpikir kritis dan literasi

media menjadi sangat penting agar mahasiswa tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga mampu menilai validitas dan objektivitas informasi sebelum membentuk persepsi terhadap suatu kebijakan publik.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa media sosial telah bertransformasi menjadi kekuatan determinan dalam membentuk opini publik di era digital. Platform Instagram, melalui dominasi konten visual yang persuasif dan penggunaan *hashtag* strategis seperti #IndonesiaGelap, terbukti efektif dalam menyebarkan narasi kritis terkait kebijakan publik secara masif. Di lingkungan akademisi Universitas Pendidikan Indonesia, fenomena ini bukan sekadar arus informasi, melainkan juga alat pembentuk skema berpikir yang memengaruhi cara pandang mahasiswa terhadap kinerja pemerintah dan pengelolaan dana pendidikan.

Penelitian ini secara empiris membuktikan bahwa paparan postingan #IndonesiaGelap memiliki pengaruh yang signifikan dan negatif

terhadap persepsi mahasiswa mengenai efisiensi dana pendidikan. Dengan nilai  $t$  hitung sebesar -23,572 dan koefisien regresi sebesar -0,679, ditemukan hubungan berbanding terbalik yang kuat. Artinya, semakin tinggi intensitas mahasiswa terpapar oleh konten-konten kritik tersebut, maka tingkat kepercayaan dan persepsi positif mereka terhadap akuntabilitas pengelolaan dana pendidikan akan mengalami penurunan. Temuan ini menunjukkan bahwa narasi visual yang dikemas dengan bingkai ketidakpuasan sosial mampu memengaruhi objektivitas mahasiswa dan mendorong terbentuknya pandangan yang lebih kritis terhadap kebijakan pemerintah.

Secara teoretis, hasil penelitian ini memperkuat relevansi *Agenda Setting Theory* dan *Framing Theory* dalam ekosistem media sosial. Instagram tidak hanya menentukan isu apa yang dianggap penting oleh mahasiswa, tetapi juga memengaruhi bagaimana isu tersebut dipahami dan ditafsirkan melalui bingkai pesan tertentu. Intensitas kemunculan konten kritik secara berulang melalui *feed*, *reels*, dan *story* memperkuat perhatian mahasiswa terhadap isu efisiensi

dana pendidikan. Selain itu, keberadaan fenomena *filter bubble* turut memperkuat kondisi tersebut, di mana mahasiswa cenderung menerima informasi yang seragam sesuai preferensi algoritma media sosial sehingga persepsi negatif yang telah terbentuk menjadi semakin kuat.

Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan pertukaran informasi, tetapi telah berkembang menjadi ruang pembentukan realitas sosial dan opini publik yang sangat berpengaruh. Dalam konteks ini, mahasiswa sebagai kelompok *digital natives* memiliki kerentanan terhadap paparan informasi yang bersifat emosional, provokatif, dan berulang, terutama ketika informasi tersebut disajikan dalam bentuk visual yang menarik dan mudah dipahami.

Implikasi dari penelitian ini menekankan pentingnya penguatan literasi digital di tingkat perguruan tinggi. Mahasiswa sebagai kelompok intelektual diharapkan tidak hanya menjadi konsumen informasi yang pasif, tetapi juga mampu melakukan verifikasi data (*fact-checking*), mengevaluasi kredibilitas sumber

informasi, serta berpikir kritis sebelum membentuk opini terhadap kebijakan publik. Di sisi lain, hasil penelitian ini menjadi masukan penting bagi pemerintah dan pemangku kebijakan pendidikan untuk lebih proaktif dalam membangun komunikasi publik yang transparan, informatif, dan berbasis data. Penyampaian kontra-narasi yang faktual melalui platform media sosial diperlukan untuk mengimbangi persepsi negatif yang berkembang di ruang digital, sehingga diskursus mengenai efisiensi dana pendidikan dapat berlangsung secara lebih objektif, kritis, dan konstruktif.

Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan kajian komunikasi digital, media sosial, pembentukan opini publik, dan literasi media di era perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan variabel, platform media sosial, maupun kelompok responden agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengaruh media digital terhadap persepsi masyarakat terhadap kebijakan publik.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku :**

- If... Then: Algorithmic Power and Politics — Bucher, T. (2018). *If... then: Algorithmic power and politics*. Oxford University Press.
- Communication Power — Castells, M. (2013). *Communication power*. Oxford University Press.
- The Mediated Construction of Reality — Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Polity Press.
- Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 — Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience — Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Harvard University Press.
- Instagram: Visual Social Media Cultures — Leaver, T., Highfield, T., & Abidin, C. (2020). *Instagram: Visual Social Media Cultures*. Polity Press.
- Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi — Nasrullah, R. (2023). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi,*

- Budaya, dan Sosioteknologi.* Simbiosis Rekatama Media.
- The Filter Bubble — Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you.* Penguin Press.
- Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D — Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Alfabeta.
- The Network Society — Van Dijk, J. (2013). *The network society.* Sage Publications.
- Artikel :**
- Bruns, A., & Burgess, J. (2015). *Twitter hashtags from ad hoc to calculated publics.* Dalam N. Rambukkana (Ed.), *Hashtag publics* (pp. 13–28). Peter Lang.
- Hu, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2014). *What we Instagram: A first analysis of Instagram photo content and user types.* *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 8(1), 595–598.
- Jurnal :**
- Alhabash, S., & Ma, M. (2017). *A tale of four platforms: Motivations and uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat among college students?* *Social Media + Society*, 3(1), 1–13.
- boyd, d. m., & Ellison, N. B. (2007). *Social network sites: Definition, history, and scholarship.* *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230.
- Cotter, K. (2021). *Playing the visibility game: How digital influencers and algorithms negotiate influence on Instagram.* *New Media & Society*, 23(4), 895–913.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). *The benefits of Facebook “friends”: Social capital and college students’ use of online social network sites.* *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143–1168.
- Highfield, T., & Leaver, T. (2016). *Instagrammatics and digital methods: Studying visual social media.* *Communication Research and Practice*, 2(1), 47–62.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media.* *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). *Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media.* *Business Horizons*, 54(3), 241–251.

Malthouse, E. C., Haenlein, M., Skiera, B., Wege, E., & Zhang, M. (2013). *Managing customer relationships in the social media era. Journal of Interactive Marketing*, 27(4), 270–280.

The Agenda-Setting Function of Mass Media — McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). *The agenda-setting function of mass media. Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.

Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). *Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. Computers in Human Behavior*, 58, 89–97.

Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). *Defining “fake news”. Digital Journalism*, 6(2), 137–153.

Westerman, D., Spence, P. R., & Van Der Heide, B. (2014). *Social media as information source. Journal of Computer-Mediated Communication*.