

## STUDI NETNOGRAFI PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Steeve A. J. Muntu, Joanne Pingkan. M. Tangkudung, Leviane J. H. Lotulung  
Program Studi Ilmu Komunikasi  
Universitas Sam Ratulangi Manado, Jln. Kampus Bahu, 95115, Indonesia  
Email : Anddrewjunior@gmail.com

### ABSTRAK

Di era revolusi industri 4.0 media sosial hadir dan mengubah paradigma berkomunikasi di masyarakat saat ini. Instagram merupakan salah satu medium yang memiliki peran penting terhadap terhadap kebiasaan baru mengakses berita atau informasi. Akun Instagram @indozone.id merupakan salah satu akun dari sekian banyak akun berita yang populer dan banyak pengikutnya. Karena kemasan beritanya berbeda, lebih menarik, dan bisa diakses kapan saja maka budaya melihat berita yang biasanya melalui TV, radio, dan koran mulai bergeser dan hanya mempunyai peminatnya sendiri dengan kalangan usia tertentu. Instagram dengan fitur yang mudah dipelajari membuat banyak yang memilih untuk mengakses informasi melalui media sosial ini. Cara mengakses konten berita @indozone.id sangat mudah hanya perlu membuat akun, dan mengikuti @indozone.id. Selain itu didalamnya mereka saling bertukar pikiran dan berdiskusi. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti tentang berita di media sosial seperti pada konten @indozone.id. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode etnografi virtual. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana bentuk interaksi itu terjadi pada akun instagram @indozone.id, serta untuk mengetahui bagaimana unsur-unsur komunikasi visual yang terdapat pada konten-konten di akun instagram @indozone.id. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada level ruang media, konten akun instagram @indozone.id berisi berbagai macam berita dari dalam maupun luar negeri yang dikemas kreatif, sederhana, dan menarik agar mudah diterima pembacanya. Pada level dokumen media memiliki konten berbentuk tulisan, gambar, atau video. Konten berupa gambar atau video memenuhi unsur-unsur komunikasi visual yaitu: garis, bentuk, tekstur, gelap terang, ukuran, warna, tipografi, keseimbangan dan kesatuan. Pada objek media, interaksi dan aktivitas para pengikut ialah memberikan *like* dan komentar pada postingan berita dari akun @indozone.id. Level pengalaman media, sebagian besar alasan para pengikut akun instagram @indozone.id mengikuti akun tersebut yaitu untuk mendapatkan informasi karena konten berita pada akun tersebut sangat menarik dan beritanya sangat *update*.

**Kata Kunci:** Berita, Media sosial, Netnografi, Instagram

**ABSTRACT**

*In the era of the industrial revolution 4.0, social media was present and changed the paradigm of communicating in today's society. Instagram is a medium that has an important role in the new habit of accessing news or information. The @indozone.id Instagram account is one of the many popular news accounts and has many followers. Because the news packaging is different, more attractive, and can be accessed at any time, the culture of viewing news which is usually through TV, radio, and newspapers has begun to shift and only has its own fans with certain age groups. Instagram with its easy-to-learn features makes many people choose to access information through this social media. It is very easy to access @indozone.id news content, you only need to create an account, and follow @indozone.id. In addition, they exchange ideas and discuss with each other. This is what makes researchers interested in researching news on social media such as @indozone.id content. This study uses a qualitative approach with virtual ethnographic methods. The purpose of this study is to find out how the form of interaction occurs on the @indozone.id instagram account, and to find out how the visual communication elements contained in the content on the @indozone.id instagram account. The results of the study show that at the media room level, the content of the @indozone.id Instagram account contains various kinds of news from within and outside the country which is packaged creatively, simply, and attractively so that it is easily accepted by readers. At the document level, media has content in the form of text, images, or videos. Content in the form of images or videos fulfills the elements of visual communication, namely: line, shape, texture, dark and light, size, color, typography, balance and unity. On media objects, followers' interactions and activities are giving likes and comments on news posts from the @indozone.id account. The level of media experience, most of the reasons for followers of the @indozone.id instagram account to follow the account is to get information because the news content on the account is very interesting and the news is very updated.*

*Keywords: News, Social Media, Nethnography, Instagram*

**PENDAHULUAN**

**D**i era revolusi industri 4.0 media sosial hadir dan mengubah paradigma berkomunikasi di masyarakat saat ini. Dengan internet yang semakin mudah di akses, komunikasi menjadi tak terbatas jarak, ruang, maupun waktu. Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) hingga kuartal II tahun 2020, jumlah pengguna internet Indonesia pada saat pandemi ada 196,7 juta orang atau 73,7 persen dari total populasi Indonesia yaitu 266,9 juta berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS). Berdasarkan data tersebut, ada beberapa jenis perangkat yang paling sering digunakan yaitu *smartphone* dengan jumlah pengguna mencapai 95,4 persen. Sementara dari laptop atau tablet hanya 19,7 persen dan komputer PC 9,5 persen. Alasan masyarakat Indonesia menggunakan internet antara lain untuk komunikasi lewat pesan dengan 24,7%, media sosial dengan 18,9%, 11,5% untuk mencari informasi terkait pekerjaan dan sisanya aktivitas internet lainnya. Berbicara mengenai media sosial, ada banyak media sosial yang perkembangannya sangat pesat seperti Instagram, Twitter, Facebook, whatsapp, Line, Tik-Tok, dan lainnya. Salah satu media sosial yang sedang *trend* di kalangan masyarakat saat ini adalah Instagram. Akun Instagram @indozone.id merupakan salah satu akun dari sekian banyak akun berita yang populer dan banyak pengikutnya. Akun ini menerapkan salah satu disiplin ilmu komunikasi yaitu komunikasi visual yang sangat menarik dan informatif. Konten dalam akun tersebut memiliki ciri khas penggunaan tagar

#kamuharustau disetiap postingannya. Selain itu akun ini juga memposting segala hal dari seluruh dunia yang dikemas menarik dan kreatif, tujuannya tak lain agar ketika *followers* mereka mengakses Instagram tidak hanya mendapat hiburan tetapi juga informasi atau berita terkini dari dalam maupun luar negeri. Menurut J.J.Hoenigman wujud kebudayaan dibedakan menjadi tiga yaitu : Gagasan, Aktivitas, dan Artefak. Penelitian ini dikaji dengan Netnografi karena pada komunitas virtual akun @indozone.id ini terdapat budaya didalamnya, yang dulunya kita menggunakan TV, Radio, Koran sebagai media utama mendapat informasi berupa berita, sekarang kita bisa mendapatkan informasi lebih aktual hanya dengan menggunakan *Smartphone* dan melalui media sosial. Selain itu kita bisa *update* informasi dimana saja dan kapan saja melalui media sosial. Postingan dari akun @indozone.id bukan hanya postingan biasa melainkan menjadi tempat diskusi bersifat *unformal* yang berisikan pendapat dari berbagai kalangan yang menggunakan Instagram. Hal ini secara tidak langsung membentuk komunitas virtual yang mempunyai budayanya sendiri didalam. Begitu pun pada konten yang disajikan terdapat unsur komunikasi visual yang memiliki arti tersendiri dan didalam postingannya terjadi interaksi antar pengikut. Dari latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk menjadikan akun Instagram @indozone.id sebagai objek penelitian untuk mengetahui bentuk interaksi didalamnya serta bagaimana unsur komunikasi visualnya, dan semua itu penulis kaji menggunakan metode Netnografi .

#### **METODE PENELITIAN**

**P**enelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode netnografi. Menurut Robert V Kozinets dalam bukunya yang berjudul *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Netnografi adalah studi yang berfokus memahami ruang siber yang didalamnya ada orang-orang yang berinteraksi satu sama lain dan mampu membentuk budaya dan sistem masyarakat tersendiri. Oleh karena itu, metode risetnya berbasis penelitian observasional dimana peneliti tidak sekedar bergabung pada suatu komunitas virtual namun turut aktif berpartisipasi juga. Metode ini menggunakan teknik analisis tersendiri yang ditawarkan yaitu AMS (Analisis Media Siber) yang melalui 4 level yaitu: Level ruang media, level dokumen media, level objek media, level pengalaman (Dr.Rulli Nasrullah- Etnografi Virtual Hal-47). Penelitian ini menggunakan Instagram sebagai *field* (daerah penelitian), dan akun @indozone.id sebagai komunitasnya. Fokus pada penelitian ini adalah sebagai berikut; Apa bentuk interaksi yang terjadi pada akun @indozone.id dalam menyampaikan pesan berita? Bagaimana struktur komunikasi visual pada konten @indozone.id di Instagram ? Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah konten berita pada akun instagram @indozone.id yang diposting sejak tanggal 28 mei - 04 juni 2021. Sumber data sekunder pada penelitian ini adalah informasi yang berasal dari penelitian terdahulu, buku, jurnal, artikel, maupun internet yang masih terkait dengan penelitian ini. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara dan observasi. Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai informan pemilik akun tersebut melalui *webinar* nasional dimana pemilik akun tersebut menjadi salah satu pembicara utama disana, dan hal yang dibahas semuanya memenuhi pertanyaan dari peneliti, kemudian untuk wawancara pengikut akun

tersebut peneliti mewawancarai secara *online* melalui media sosial Instagram, line, dan Whatsapp. Observasi digunakan sebagai pendukung data dari subjek penelitian. Peneliti akan melakukan observasi terhadap akun instagram @indozone.id dan juga terhadap *followers* akun instagram tersebut. Teknis analisis data dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Reduksi data dalam penelitian ini digunakan untuk memilih, menggolongkan, dan mengarahkan data yang diperoleh setelah penelitian dilakukan, serta menyederhanakan data mentah yang muncul dari catatan dilapangan, hasil wawancara dengan informan dan dokumentasi dari konten pada akun instagram @indozone.id. Penyajian data dilakukan dengan menganalisis dokumen, hasil wawancara, dan hasil observasi dalam bentuk naratif. Disini peneliti menyajikan data melalui empat level analisis media siber. Langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui hasil akhir dari penelitian yang akan dilaksanakan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Jurnal ini menguraikan tentang Berita di Media Sosial Instagram (Studi Netnografi Pada Akun @Indozone.id) . Netnografi adalah studi yang berfokus memahami ruang siber yang didalamnya ada orang-orang yang berinteraksi satu sama lain dan mampu membentuk budaya dan sistem masyarakat tersendiri. Secara teori netnografi sama saja dengan etnografi virtual hanya penyebutannya yang berbeda. Dalam penelitian ini penulis menggunakan Instagram sebagai *field* (daerah penelitian), dan akun @indozone.id sebagai komunitasnya. Postingan dari akun @indozone.id bukan hanya postingan biasa melainkan menjadi tempat diskusi bersifat unformal yang berisikan pendapat dari berbagai kalangan yang menggunakan Instagram. Hal ini secara tidak langsung membentuk komunitas virtual yang mempunyai budayanya sendiri didalam. Begitu pun pada konten yang disajikan terdapat unsur komunikasi visual yang memiliki arti tersendiri dan didalam postinggannya terjadi interaksi antar pengikut. Pada umumnya akun Instagram @indozone.id adalah akun berita yang terverifikasi (centang biru) dengan 4,1 juta followers yang berisikan konten foto, dan video tentang berita terkini, dan berita yang sedang viral dari seluruh dunia yang dikemas menarik, dan kreatif dengan menggunakan #KAMUHARUSTAU untuk mempermudah pengikutnya mencari berita dari akun tersebut. Akun yang memiliki *tagline* “*The Most Engaging Media for Millenials and Gen Z*” awalnya muncul dan meramaikan dunia internet pada 18 september 2014, dengan nama Indonesianlounge dan akun ini dilatar belakangi oleh ke isengan Victor Antony sebagai COO (*Chief Operating Officer*) dan sekaligus *Founder*, untuk mengisi waktu luang saat berkuliah. *Indonesianlounge* awalnya hanya untuk *sharing* info dan *Fun Fact* saja tapi dengan berjalannya waktu dan sudah berubah nama menjadi Indozone.id, akun ini telah bertumbuh dan berkembang menjadi salah satu *Platform* media digital terbesar di Indonesia yang berbasis *Multiplatform*. Hasil penelitian ini diperoleh melalui wawancara observasi mendalam dengan pemilik akun instagram @indozone.id dan juga terhadap *followers* akun instagram tersebut. Fokus penelitian ini, yaitu, bentuk interaksi yang terjadi pada akun @indozone.id dalam menyampaikan pesan berita dan struktur komunikasi

visual pada konten @indozone.id di Instagram. Metodologi penelitian dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan metode netnografi. Menurut Robert V Kozinets dalam bukunya yang berjudul *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Netnografi adalah studi yang berfokus memahami ruang siber yang didalamnya ada orang-orang yang berinteraksi satu sama lain dan mampu membentuk budaya dan sistem masyarakat tersendiri. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan berupa wawancara dan observasi, peneliti mendapatkan hasil bahwa Interaksi pada akun @indozone.id terjadi ketika admin mengirim konten (sender) ke Instagram, baik berupa teks, gambar, maupun video. Konten tersebut akan diterima oleh penerima pesan (receiver) yang berarti ditujukan kepada pengikut atau pengunjung akun @indozone.id. Bisa dikatakan proses komunikasi yang terjadi merupakan komunikasi yang bersifat dua arah. Pengguna instagram akan dengan mudah memberikan respon terhadap konten pada akun @indozone.id seperti *like* dan komentar, karena instagram memiliki kedua fitur tersebut. *Like* merupakan fitur instagram dengan fungsi sebagai media komunikasi non verbal, yang berarti dengan menekan tombol *like* maka pengikut memiliki maksud menyukai atau mengapresiasi konten tersebut. Fitur kolom komentar akan memberikan kebebasan pengikut atau pengunjung untuk meninggalkan jejak berupa komentar, sehingga antar pengikut bisa saling membalas atau menyukai komentar tersebut. Sesuai dengan perspektif Blumer, bahwa interaksi terdiri atas berbagai kegiatan manusia yang berhubungan dengan kegiatan manusia lain. Menariknya, instagram memiliki fitur *mentions* yang memungkinkan pengguna instagram bisa memanggil atau menambahkan pengguna lain pada komentar. Fitur *mentions* memang sangat efektif sekali meningkatkan interaksi dan aktivitas dari pengguna lain. Hal ini termasuk dalam salah satu ide dasar interaksi simbolik, yakni masyarakat terdiri atas manusia yang berinteraksi melalui tindakan bersama sehingga membentuk struktur sosial. Interaksi yang terjadi memenuhi konsep dasar dalam interaksi simbolik. Berikut uraian interaksi simbolik yang berkembang pada akun instagram @indozone.id: Konsep diri (*self*), yakni komentar yang ditulis oleh para pengikut akun @indozone.id merupakan komentar yang dilakukan secara sadar atas inisiatif sendiri (*self*), dan merupakan pendapat pribadi. Konsep perbuatan (*action*), yakni ketika admin memposting konten berupa informasi, pengikut berkomentar, dan menyukai postingan dari akun @indozone.id. Konsep objek (*object*), yakni akun @indozone.id yang merupakan objek sosial dimana pengikut atau pengguna instagram dapat menemukan informasi serta dapat saling berpendapat didalamnya. Konsep interaksi sosial (*social interaction*), yakni akun @indozone.id yang membuat konten berita sebagai komunikator dan pengikut sebagai anggota komunitasnya berperan sebagai komunikan, didalamnya akan terjadi interaksi akibat pertukaran informasi dan saling berpendapat. Konsep tindakan bersama (*joint action*), yakni ketika adanya komentar yang negatif atau salah peng-artian, pengikut yang lain langsung membantu membalas komentar tersebut dengan memberikan pengertian ketika ada kekeliruan, ada juga yang mengingatkan untuk tidak berkomentar negatif yang saling menjatuhkan, dan tak jarang pengguna lain membantu me-report komentar yang berbau isu sara, dan rasisme agama. Berdasarkan hasil temuan data dan wawancara kepada para informan memberikan pemahaman kepada penulis, bahwa budaya interaksi yang terjadi merupakan interaksi yang saling menghargai perbedaan pendapat antar

anggota komunitas tersebut, dan saling meluruskan ketika ada kekeliruan, meskipun begitu masih saja ada yang saling keras kepala dalam berargumen tetapi selalu ada yang menjadi penengah dan memberikan solusi. Interaksi pada akun ini juga memberikan pemahaman bahwa tidak ada batasan jarak, umur, dan tingkat keilmuan karena komunitas ini bertujuan untuk berbagi informasi dan berdiskusi bersama. Dari hasil penelitian pada akun @indozone.id, Konten pada akun @indozone.id sesuai dengan karakteristik media sosial yaitu konten oleh pengguna (user-generated content), yang berarti konten-konten tersebut sepenuhnya ialah kontribusi dari pemilik akun. Untuk konten-konten besar atau konten utama pada akun @indozone.id berbentuk foto dan video satu menit yang diposting pada *feed* instagram. Konten tersebut merupakan cerminan dari karakteristik media sosial yaitu informasi (*informations*) dan arsip (*archive*). Memproduksi konten sama halnya memberikan informasi kepada pengikut atau pengguna Instagram pada umumnya. Semua konten tersebut juga akan menjadi arsip yang bisa diakses kapan saja melalui perangkat apapun, selama konten itu belum dihapus oleh pemilik akun. Konten pada akun @indozone.id juga memperhatikan betul tentang unsur-unsur komunikasi visual yang ada, seperti garis, bentuk, tekstur, gelap terang/kontras, ukuran, warna, dan tipografi, serta memenuhi prinsip komunikasi visual, yaitu keseimbangan dan kesatuan. Hampir seluruh konten berita yang disajikan oleh akun @indozone.id menggunakan template yang sama hanya berbeda pada gambar yang harus disesuaikan dengan isi berita. Namun berbeda pada Instagram storiesnya yang menggunakan format potrait dengan yang berbeda dengan *feed*. Bentuk lain dalam level dokumen media selain gambar dan video adalah teks. Teks yang ada pada konten instagram @indozone.id merupakan pendukung tambahan terhadap apa yang menjadi topik pembahasan konten tersebut. Di instagram teks itu dikenal dengan *caption*, pada akun @indozone.id *caption* ini sangat penting bagi pembaca karena berisikan penjelasan lengkap tentang berita yang diposting tersebut.

#### **KESIMPULAN DAN SARAN**

**B**erdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa: Interaksi simbolik yang terjadi didalam konten berita yang diposting oleh akun @indozone.id adalah interaksi dalam bentuk informasi, dan opini dengan menggunakan bahasa dan simbol-simbol berupa tanda baca, dan *emoticon* yang diaplikasikan menggunakan fitur *like* dan *comment* yang terdapat pada aplikasi Instagram. Kemudian struktur komunikasi visual didalam konten yang diposting oleh akun @indozone.id diteliti dan telah memenuhi unsur-unsur komunikasi visual didalamnya seperti garis, bentuk, tekstur, gelap terang, ukuran, warna, dan tipografi. Semuanya didesain oleh pemilik akun dengan sangat detail, dan semua unsur-unsur yang digunakan memiliki arti, dan telah disesuaikan dengan isi pesan atau konten yang disajikan, kemudian keseimbangan gambar membuat keseluruhan isi konten terlihat harmonis dan isi pesan gambar sesuai dengan isi pesan teks (*caption*). Lingkungan komunitas virtual pada akun @indozone.id akan memberikan pengaruh terhadap terbentuknya budaya di akun instagram tersebut. Interaksi dan aktivitas akan terjadi melalui para pengikut. Akun @indozone.id memiliki dua jenis pengikut, yaitu pengikut aktif yang benar-benar aktif membaca konten berita pada akun @indozone.id, dan pengikut pasif (tidak aktif) dalam

merespon atau berinteraksi pada konten berita akun @indozone.id walaupun sebenarnya mengikuti dan akun mereka itu aktif. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, peneliti memiliki saran sebagai berikut: Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, peneliti memiliki saran sebagai berikut: Bagi pengguna media sosial khususnya Instagram dengan informasi yang semakin mudah diakses diharapkan agar bisa memanfaatkan media sosial dengan benar dan membagikan informasi yang betul-betul terpercaya dan memberikan konten yang sesuai untuk dikonsumsi public, serta berinteraksi didalam media social agar lebih sopan dan mempunyai attitude dalam berkomunikasi didalam komunitas. Untuk akun @indozone.id tetap terus membuat konten yang menarik dan kreatif agar kami sebagai anggota komunitas wawasannya bertambah, dan tetap pertahankan unsur-unsur komunikasi visual yang diterapkan. Untuk Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi Manado, agar bisa menambah mata kuliah yang membahas tentang metode Etnografi virtual. Masukan untuk peneliti selanjutnya untuk menjadi bahan untuk meneliti interaksi simbolik didunia virtual mungkin dalam bentuk teori baru yaitu “interaksi simbolik virtual”

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmadi, D. (2008). *Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar*. Jurnal Mediator, Vol-9(Desember 2008), Hal 302- 310.
- Azwar, S. (1998). *In Metode Penelitian* (p. 91). Pustaka Pelajar.
- Basir, V. E. (2020). *Analisis Motif Pengungkapan Emosi Kaum Milenial Melalui Penulisan Status di Facebook*. Acta Diurna Komunikasi
- DIANISA.com. (n.d.). *Pengertian Instagram | Sejarah, Fungsi, Manfaat*. Retrieved 2020, from: <https://dianisa.com/pengertian-instagram/>
- Kozinets, Robert V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. London: SAGE Publications Ltd.
- Kuswarno, E. (2019). *Etnografi Komunikasi Suatu pengantar Dan Contoh Penelitiannya*. Widya Padjadjaran. Lia Anggaraini S & Kirana Nathalia. (2018) *Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendikia., hal.32-40.
- Mulyana, D. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rosdakarya.
- Nasrullah, D. R. (2018). *Etnografi Virtual: Riset Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi Di Internet*. Simbiosis Rekatama Media.
- Rahmawati, E. Y. (2017). *Aktivitas Fandom Dalam Mengaktualisasi Fenomena Slash Pairing Pada Akun Media Sosial Instagram*. repository.unair.ac.id.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumbo Tinarbuko. (2009). *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Sumual, S. A. D. (2020). *Konstruksi Realitas Dalam Pemberitaan RUU KUHP Pada Portal Berita Detik.com dan Kompas.com*. Acta Diurna Komunikasi.

#### **Sumber lain:**

- Helmir Fansah. (2019, Oktober 26). *Mengkupas INDOZONE, Sebagai Media Informasi Anak Muda*.
- Helmirfansah. <https://www.helmirfansah.com/mengkupas-indozone/>
- Hotsuite (*We are Social*). (n.d.). *Indonesian Digital Report 2020*. Retrieved 2020, <https://andi.link/download/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020>.
- Kumparan Tech. (n.d.). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tahun 2020 Capai 196,7 Juta, Naik karena WFH*. Retrieved November 10, 2020, from: [jumlah-pengguna-internet-indonesia-tahun-2020-capai-196-7-juta-naik-karena-wfh-1uYnJ729dTL](https://www.kumparan.com/tech/jumlah-pengguna-internet-indonesia-tahun-2020-capai-196-7-juta-naik-karena-wfh-1uYnJ729dTL) kumparan.com
- Liputan6.com. (n.d.). *Cara Penggunaan Instagram | Fungsi Dan Manfaat*. Retrieved 2020, from: <https://hot.liputan6.com/read/4228289/10-cara-menggunakan-instagram-yang-praktis-dan-mudah>
- Pengertian media sosial*. [pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli](https://www.pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli.com). Jurnal UIN. (n.d.). Wikipedia. (n.d.). *Pengertian Berita Retrieved*, from: <https://id.wikipedia.org/wiki/Berita> Wikipedia. (n.d.). *Pengertian Budaya*. <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Budaya>
- Yulianto, R. T. (2020, 07 17). *Dakwah Digital: Studi Etnografi Virtual Akun Instagram @Edhnx*. repository.iainpurwokerto.ac.id/