



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 5 Tahun 2023 Page 7008-7018

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Komentar Positif Netizen Terhadap Film 'Like & Share' (Studi Netnografi Akun Instagram @Filmlikeandsahre)

Ghea Rae Sabrina^{1✉}, Nawiroh Vera²

Universitas Budi Luhur, Jl. Ciledug Raya, Jakarta

Email: 2171600493@student.budiluhur.ac.id^{1✉}

Abstrak

Film "Like & Share" mengisahkan tentang kehidupan dua remaja yang bernama Lisa yang diperankan oleh Aurora Ribero dan Sarah yang diperankan oleh Arawinda Kirana. Mereka berdua adalah sahabat yang tidak bisa dipisahkan. Namun, dalam perjalanan kehidupan mereka, Lisa dan Sarah diselimiuti beberapa masalah pribadi. Hal ini menjadi mimpi buruk yang membuat mereka berdua terjebak dalam kegelapan dunia remaja. Film ini berdurasi 112 menit, Film Like & Share sempat mengikuti ajang Jogja-NETPAC Asian Film Festival 2022 untuk menjadi nominasi Golden Hanoman Award. Setelah itu, film ini diputar secara massal di bioskop Indonesia pada Kamis, 8 Desember 2022 lalu. Diceritakan, Lisa yang diperankan oleh Aurora Ribero dan Sarah yang diperankan oleh Arawinda Kirana merupakan sahabat yang duduk sebangku di Sekolah Menengah Atas. Mereka membuat proyek bersama akan tetapi mereka berdua memiliki masalah masing-masing yang harus mereka hadapi. Ninda (Unique Priscilla), ibunda Lisa, banyak menuntut lantaran takut gagal dalam rumah tangga barunya.

Kata kunci : *Netnografi, Like and Share, Movie, Instagram*

Abstract

The movie "Like & Share" tells the life of two teenagers named Lisa played by Aurora Ribero and Sarah played by Arawinda Kirana. They are both best friends who cannot be separated. However, in the course of their lives, Lisa and Sarah are shrouded in some personal problems. This becomes a nightmare that keeps them both trapped in the darkness of the teenage world. This movie is 112 minutes long, Like & Share had participated in the Jogja-NETPAC Asian Film Festival 2022 to be nominated for the Golden Hanoman Award. After that, this film was screened en masse in Indonesian theatres on Thursday, December 8, 2022. It is said that Lisa, played by Aurora Ribero, and Sarah, played by Arawinda Kirana, are friends who sit in the same row in high school. They make projects together but they both have their own problems that they have to face. Ninda (Unique Priscilla), Lisa's mother, is demanding because she is afraid of failing in her new household.

Keywords: *Netnography, Like and Share, Movie, Instagram*

PENDAHULUAN

Film "Like & Share" mengisahkan tentang kehidupan dua remaja yang bernama Lisa yang diperankan oleh Aurora Ribero dan Sarah yang diperankan oleh Arawinda Kirana. Mereka berdua adalah sahabat yang tidak bisa dipisahkan. Namun, dalam perjalanan kehidupan mereka, Lisa dan Sarah diselimuti beberapa masalah pribadi. Mohamad Ichsanudin. (2022, November 24) Hal ini menjadi mimpi buruk yang membuat mereka berdua terjebak dalam kegelapan dunia remaja. Film ini berdurasi 112 menit, Film Like & Share sempat mengikuti ajang Jogja-NETPAC Asian Film Festival 2022 untuk menjadi nominasi Golden Hanoman Award. Setelah itu, film ini diputar secara massal di bioskop Indonesia pada Kamis, 8 Desember 2022 lalu.

Diceritakan, Lisa yang diperankan oleh Aurora Ribero dan Sarah yang diperankan oleh Arawinda Kirana merupakan sahabat yang duduk sebangku di Sekolah Menengah Atas. Mereka membuat proyek bersama akan tetapi mereka berdua memiliki masalah masing-masing yang harus mereka hadapi. Ninda (Unique Priscilla), ibunda Lisa, banyak menuntut lantaran takut gagal dalam rumah tangga barunya. Hal inilah yang membuat Lisa tidak betah berada di rumah. Sementara itu, Sarah merupakan anak orang kaya yang harus kehilangan orang tua karena kecelakaan. Sarah hidup bersama kakak laki-laki (Kevin Julio). Selayaknya remaja pada umumnya, Lisa dan Sarah mengalami masa pubertas yang menimbulkan rasa penasaran tentang seksualitas. Lisa yang sangat ingin tahu tentang kehidupan seks dan kemudian ia menonton film dewasa, hingga akhirnya Lisa menjadi kecanduan hingga ia terobsesi dengan Fita yang diperankan oleh Aulia Sarah, salah satu perempuan yang menjadi viral karena video dewasa yang tersebar. Keingintahuan Lisa atas seksualitas tidak selalu mendapat pengertian.

Di sisi lain, Sarah bertemu dengan Devan (Jerome Kurnia) yang berbeda usia hingga satu dekade. Sarah mengira telah mendapat sosok yang diandalkan, tetapi pacarnya malah mengambil keuntungan atas kepolosannya. Pada suatu hari Sarah diperkosa dan menjadi korban pornografi balas dendam (revenge porn). Sarah yang menjadi korban pemerkosaan justru tidak mendapat perlindungan secara sosial bahkan hukum.

Like & Share berpusat pada kehidupan dua remaja perempuan yang bernama Lisa dan Sarah. Mereka merupakan dua gadis perempuan yang ingin selalu bersama dengan menerima keadaan mereka masing-masing. Tidak hanya itu film Like & Share ini mengangkat tema tentang kekerasan seksual yang kerap terjadi pada remaja masa kini. Terutama dengan trauma yang meliputi para korban yang mengalaminya. Kekerasan seksual secara online juga menjadi masalah utama yang dibahas di dalam film Like & Share ini. Selain itu, film ini juga membahas tentang maraknya kasus pornografi bebas yang ada di media sosial saat ini yang mengakibatkan remaja saat ini terjerat. Di dalam film ini ada beberapa adegan yang bisa memicu trauma pada remaja yang menjadi korban, antara lain. Adanya adegan pemerkosaan eksplisit, mendeskripsikan kekerasan, child grooming dan manipulasi, penyebaran video atau foto privat dan juga self-harm.

Like & Share adalah film drama Indonesia yang dibintangi oleh Arawinda Kirana dan Aurora Ribero. Film ini karya Gina S. Noer yang tayang perdana di seluruh bioskop Indonesia pada hari Kamis, 8 Desember 2022.

Peran Media Sosial dalam Konteks Film

Rumah produksi memiliki banyak strategi pemasaran yang dapat dilakukan untuk memasarkan film yang digarap dengan memanfaatkan media online yang saat ini sedang banyak digunakan oleh kebanyakan orang. Media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam promosi dan pemasaran film pada era digital saat ini. Dengan popularitas yang terus meningkat, media sosial telah menjadi salah satu platform utama yang digunakan oleh produsen film dan pemasar untuk mencapai audiens yang lebih luas. Menurut Suryani, (dalam Sasilia, 2016:3) Hal ini memiliki tujuan agar masyarakat memahami dan mengerti serta memberikan pilihan dengan tontonan yang edukatif, informatif dan menghibur bagi masyarakat dengan mudah dan cepat. Adapun alasan mengapa media sosial dalam menunjang pemasaran sebuah film, antara lain, Jangkauan luas. Media sosial memungkinkan film untuk mencapai audiens global secara instan. Menurut Larasati, P. K. P. (2021, February) Dengan adanya platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube, produsen film dapat mempromosikan film mereka kepada jutaan pengguna di seluruh dunia. Ini membantu meningkatkan kesadaran tentang film dan mencapai audiens

yang potensial. Menurut Sadasri, L. M. (2017). interaksi dengan penggemar. Media sosial memberikan kesempatan bagi para produser film dan pemeran untuk saling berinteraksi langsung dengan penggemar mereka. Ini menciptakan ikatan yang lebih kuat antara film dan audiensnya, karena penggemar dapat berpartisipasi dalam diskusi, mengajukan pertanyaan, dan memberikan tanggapan tentang film yang sedang dipromosikan tersebut. Hal ini dapat menciptakan buzz dan kegembiraan seputar film sebelum, selama, dan setelah perilisan film.

Vitalitas dan pembagian konten. Media sosial menyediakan platform yang sempurna untuk konten menjadi viral. Ketika trailer film, cuplikan menarik, atau berita terkait film dibagikan di media sosial, mereka dapat dengan cepat menyebarkan secara organik ketika pengguna membagikan kepada teman dan keluarga mereka. Menurut Wibawa, D. (2020). Hal ini menciptakan momentum dan kegembiraan yang lebih besar di sekitar film, dan dapat membantu meningkatkan minat dan partisipasi dari audiens potensial. Kampanye pemasaran berbiaya efektif. Media sosial menawarkan pemasaran yang lebih terjangkau dibandingkan dengan saluran pemasaran tradisional seperti iklan televisi atau cetak. Menurut Fadli, Z. Dkk (2023), Produser film dapat memanfaatkan strategi pemasaran digital dengan menggunakan iklan berbayar yang disesuaikan dengan audiens yang ditargetkan secara spesifik. Selain itu dengan menggunakan jasa influencer atau pembuat konten yang populer di media sosial, produser film dapat mencapai audiens yang lebih berfokus dan memanfaatkan basis pengikut yang mereka miliki. Analitik dan pemantauan. Platform media sosial menyediakan alat analitik yang kuat untuk melacak dan memahami kinerja kampanye pemasaran film. Produser film dapat mengukur jumlah tayangan, keterlibatan dan tanggapan dari audiens mereka. Informasi ini dapat membantu dalam menilai efektivitas strategi pemasaran dan membuat penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan hasil kampanye.

Selain itu, Mayangsari, A. J. (2022), terdapat dampak media sosial terhadap komentar penonton terhadap film dapat signifikan, yaitu, Penyebaran informasi dan review: Media sosial memungkinkan penonton untuk berbagi pendapat, ulasan, dan komentar mereka tentang film secara luas. Hal ini dapat mempengaruhi persepsi dan pendapat orang lain tentang film tersebut. Sebuah ulasan positif atau negatif yang viral di media sosial dapat mempengaruhi minat dan keputusan penonton untuk menonton film tersebut, Buzz dan ekspektasi: Media sosial menciptakan buzz dan ekspektasi seputar film sebelum, selama, dan setelah perilisan. Trailer film, cuplikan menarik, atau kampanye pemasaran kreatif di media sosial dapat meningkatkan minat dan kegembiraan penonton, serta membentuk persepsi awal mereka tentang film tersebut, Pemberian umpan balik langsung: Melalui

media sosial, penonton dapat memberikan umpan balik langsung kepada produsen film, sutradara, pemeran, dan kru film. Hal ini memberikan kesempatan bagi produsen film untuk memahami persepsi penonton, merespons pertanyaan atau kritik, dan memperbaiki pengalaman penonton di masa mendatang, Partisipasi dan keterlibatan: Media sosial dapat meningkatkan partisipasi dan keterlibatan penonton dalam diskusi, kontes, atau kampanye terkait film. Ini membantu membangun komunitas penggemar yang aktif dan terlibat, yang pada gilirannya mempengaruhi persepsi dan reaksi penonton terhadap film, Memperkuat kesan dan pengalaman film: Media sosial dapat memberikan platform untuk berbagi momen favorit, kutipan, atau cuplikan dari film. Ini dapat memperkuat kesan dan pengalaman penonton terhadap film, serta memicu minat untuk menonton ulang atau merekomendasikan kepada orang lain.

Pada penelitian sebelumnya yang berjudul studi netnografi pada media sosial instagram oleh Steeve A, J, Muntu, Joame Pingkan, M. Tangkudung, Leviane J. H. Lotulung dari Universitas Sam Ratulangi dengan objek penelitian akun Instagram @indozone.id. Pada penelitian tersebut, pendekatan yang digunakan adalah metode netnografi. Penelitian ini menggunakan Instagram sebagai lapangan (area penelitian), dan akun @indozone.id sebagai komunitasnya. Fokus penelitian ini adalah sebagai berikut; Bagaimana 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 pada tanggal 28 Mei hingga 04 Juni 2021. Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah informasi yang berasal dari penelitian terdahulu, buku, jurnal, artikel, dan internet yang masih berkaitan dengan penelitian ini. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara dan observasi. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada informan pemilik akun melalui webinar nasional.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Netnografi. Netnografi adalah pendekatan baru untuk mempelajari dunia digital. Netnografi adalah studi tentang budaya, perilaku, dan kebiasaan dalam masyarakat di era digital. Netnografi adalah pendekatan penelitian yang digunakan untuk mempelajari perilaku, pandangan, dan interaksi sosial dalam lingkungan online. Dalam netnografi, pengumpulan dan analisis data dilakukan dengan cara yang khusus untuk memahami komentar-komentar online yang diberikan oleh netizen di berbagai platform sosial media, forum diskusi, atau situs web terkait.

Penelitian ini akan membahas komentar positif netizen terhadap Film 'Like & Share' dalam komentar di Instagram. Peneliti akan membahas mengenai komentar netizen

terhadap film "Like & Share" yang dirangkum dari beberapa akun. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode netnografi. Netnografi juga meneliti kebudayaan yang ada di suatu masyarakat, bedanya masyarakat yang menjadi fokus netnografi adalah masyarakat dunia digital. Netnografi telah berkembang untuk membantu memahami dunia daring secara lebih komprehensif. Dalam Jurnal Juditha, C. (2018). Pendekatan netnografi disesuaikan untuk membantu peneliti mempelajari, tidak hanya forum, chat, dan newsgroup. Tetapi, juga blog, audiovisual, grafik gambar, podcasting, communities, dunia virtual, jaringan pemain game, mobile communities, dan media sosial. Dengan metode penelitian netnografi, peneliti akan menganalisis, komentar netizen terhadap film "Like & Share". Penelitian ini juga akan menggunakan analisis media siber. Analisis media siber ini ada 4 level yaitu: Ruang Media, Objek Media, Dokumen Media dan Pengalaman.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode netnografi. Netnografi merupakan metode baru yang digunakan untuk meneliti dunia digital. Netnografi melihat bagaimana kebudayaan, perilaku atau kebiasaan-kebiasaan yang ada di masyarakat pada dunia digital. Penelitian ini juga menggunakan analisis media siber. Analisis ini terdiri dari 4 level, yakni ruang media (media space), dokumen media (media archive), objek media (media object), dan pengalaman (experiential stories). Paradigma pada penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Dalam paradigma konstruktivis, Ramadhanis, D. (2019). bahwa aktivitas manusia itu merupakan aktivitas mengkonstruksi realitas, dan hasilnya tidak merupakan kebenaran yang tetap, tetapi selalu berkembang terus. Jadi, dapat disimpulkan bahwa realitas itu merupakan hasil konstruksi manusia. Peneliti menggunakan paradigma konstruktivis untuk menggali, mengetahui dan menganalisis nilai-nilai atau kebiasaan-kebiasaan budaya masyarakat di dunia digital atau online yang berkomentar terhadap film "Like & Share" di Instagram.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan penelitian kualitatif. Menurut Susanti, S. Dkk (2013), Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan metode alamiah. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif karena peneliti ingin melihat bagaimana sebuah makna dibangun dalam suatu fenomena yang terjadi di masyarakat digital, mengenai isu-isu yang sedang hangat dibicarakan terutama tentang komentar positif netizen terhadap Film 'Like & Share'. Subjek pada penelitian ini adalah komentar

yang ada di Instagram tentang film "Like & Share". Sedangkan, objek dalam penelitian ini adalah komentar pada Instagram dengan menggunakan #Like&share. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan Teknik pengumpulan data observasi partisipasi online yaitu melalui wawancara media sosial yang dilakukan di Direct Message bersama kepada orang-orang yang memberikan komentar terhadap film "Like & Share", juga melakukan wawancara melalui direct message kepada pemegang akun instagram tersebut mengenai unggahan dan komentar yang ada di Instagram. Pada penelitian ini, peneliti juga menggunakan sumber-sumber seperti buku (literatur-literatur pustaka), jurnal-jurnal, portal berita online, browsing di internet yang berhubungan dengan penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan mengikuti pola analisis data kualitatif menurut Matthew Miles & Michael Huberman (1994), dimana terdapat enam tahapan dalam menganalisis data. Pertama adalah coding. Coding adalah proses pengkodean dan pengkategorian pada data penelitian yang dilakukan dengan panduan daftar kode dan kategori. Pen codingan dilakukan pada dokumen aktivitas yang merupakan lingkungan penelitian (data berupa screen capture, gambar/foto, video, forum, dan lain-lain). Kedua, nothing. Nothing merupakan proses pencatatan terhadap item-item apa yang telah decoding untuk memudahkan penelitian selanjutnya. Ketiga adalah abstracting and comparing, proses memilah dan mengelompokan data sesuai dengan kode dan kategorisasi yang ingin ditetapkan sebagai standar sebuah penelitian. Di proses ini bagaimana data dipilah berdasarkan persamaan dan perbedaan dari data yang ditemukan dan memilah mana yang akan digunakan dan yang tidak perlu digunakan. Keempat, ada checking and refinement. Checking and refinement ini adalah proses pengolahan data yang telah dikelompokan sebelumnya dengan melakukan interpretasi atau pemahaman terkait objek yang diteliti. Selanjutnya, generalizing yang merupakan proses elaborasi atau menggabungkan hasil temuan data penelitian sehingga menemukan satu atau beberapa kesimpulan atau gambaran umum terkait penelitian tersebut. Yang terakhir, theorizing. Menurut Sarosa, S. (2021), Proses terakhir ini akan membandingkan temuan data penelitian secara keseluruhan dengan mengaitkan teori yang digunakan sebagai sebuah indikator pada awal penelitian. Proses ini memberikan hasil akhir dari penelitian tersebut. Untuk menentukan uji keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah memanfaatkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Dalam triangulasi sumber, peneliti mengecek kembali keabsahan data-data yang diperoleh seperti postingan-postingan, komentar-komentar, gambar, foto serta meme

aturan yang berlaku sama seperti saat membuat media sosial lainnya. Untuk membuat akun Instagram, Anda bisa mengunduh aplikasinya di Playstore/Appstore atau di komputer. Siapa pun dapat membuat akun Instagram dengan mengklik teks tanda tangan dan kemudian memasukkan alamat email. Cukup ikuti instruksi atau panduan di layar Instagram. Instagram juga menawarkan keleluasaan kepada penggunanya untuk berbagi informasi sesuai dengan kebutuhannya. Pada kolom pencariannya sendiri, pengguna hanya tinggal menuliskan apa yang ingin dicari dan apa kebutuhannya. Di Instagram kita bisa mencari akun portal berita online, berbagai akun terbuka dan situs penggemar. Selain itu, pengguna dapat memposting berbagai konten seperti berita, politik, olahraga, musik, dan lainnya. Pengguna dapat mengunggah gambar, menulis keterangan, mengirim gambar, meme/sticker, dan video/rol. Instagram juga memiliki alat dan pengaturan yang sama dengan platform media sosial lainnya. Instagram memiliki pengaturan akun yang dapat disesuaikan pengguna sehingga siapa pun dapat berkomentar dengan bebas. Namun, ada juga pengaturan jika pengguna lain belum mengikuti akun Instagram tersebut. Dalam hal ini, pengguna lain tidak akan dapat melihat beranda, profil lengkap, atau obrolan dari pemegang akun yang ditangguhkan. Di Instagram, pengguna bisa memberikan postingan dan komentar like yang berbeda-beda dalam bentuk emoticon dan stiker.

Di level dokumen media, Akun Instagram @filmlikeandshare memiliki banyak konten. Ada gambar poster, foto, dan rekaman video, seperti menyukai dan membagikan film itu sendiri. Unggahan akun Instagram tersebut banyak mendapat komentar positif, demikian kolom komentar Instagram sendiri. Pada kolom komentar Instagram terdapat referensi film bioskop yang juga akan ditayangkan nanti di platform Netflix. Komentar positif mengalir ke postingan Instagram.

Di level pada objek media, menggambarkan bagaimana sebuah interaksi atau aktivitas menggunakan Instagram di dunia maya atau online. Teknologi baru dan kehadiran media sosial saat ini dapat mengubah budaya dan budaya pemilik akun atau pengguna media sosial lainnya. Perubahan tersebut berkaitan dengan pengguna media sosial yang menyatakan dukungannya melalui unggahan dan komentar yang ada. Contoh di atas menunjukkan bentuk interaksi pada kolom komentar, bagaimana reaksi pengguna lain terhadap pesan dan komentar tersebut.

Di level pengalaman media, Instagram @filmlikeandshare memang sudah sangat terkenal. Mengingat kini ia memiliki 10.000 pengikut, tak heran jika banyak retailer online yang mengomentari setiap unggahan postingan yang ada. Selain itu, akun ini juga memuat informasi seputar kegiatan film dan cuplikan dari program yang memberitakan tentang film Like and Share itu sendiri.

Di level ruang media	Instagram @filmlikeandshare merupakan salah satu akun promosi yang dimanfaatkan untuk mempromosikan film juga untuk memberi informasi terkait film like and share agar dikenal dan diketahui keberadaannya.
Di level dokumen media,	Instagram @filmlikeandshare memiliki berbagai macam informasi dan postingan-postingan dalam bentuk, foto, video, gambar, meme dan juga caption yang sering dikomentari oleh netizen dengan komentar positif dan dukungan.
Di level pada objek media	Instagram @filmlikeandshare peneliti melihat adanya aktivitas interaksi yang terjadi pada pengguna lain di dalam kolom komentar. Aktivitas inilah yang membuat para pengguna lain, yang turut ikut dikomentari oleh netizen dengan komentar positif dan dukungan.
Di level pengalaman media	Peneliti melihat, masih banyak komentar-komentar yang mengandung komentar positif dan dukungan. Sehingga, dapat mengajak pengguna lain untuk ikut melakukan untuk turut memberi komentar juga penasaran dengan film yang Like & share.

SIMPULAN

Instagram @filmlikeandshare adalah akun promosi yang didedikasikan untuk mempromosikan film dan menyebarkan berita tentang suka dan berbagi film agar keberadaannya diketahui dan diketahui.

Dokumen media yang ditemukan di Instagram memuat berbagai informasi dan publikasi berupa foto, video, gambar, meme dan caption/status, yang sering dikomentari dengan komentar positif serta like dan share dengan dukungan publikasi dan film. Dalam kegiatan Instagram ini, peneliti melihat interaksi yang terjadi dengan pengguna lain pada kolom Komentar. Kegiatan ini mengajak pengguna lain untuk membagikan komentar positif dan mendukung akun Instagram @filmlikeandshare.

Pada level pengalaman media di fan page ini, peneliti melihat masih banyak komentar positif dan postingan serta komentar yang mendukung. Meskipun unggahan Instagram ini tentang editing video dan pembuatan film, banyak media yang sangat tidak sabar untuk menayangkan filmnya dan jangan lupa untuk mendukung Like & Share Movie.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadli, Z., Sudirjo, F., Rahmat, R., Deana Santosa, A., S Pasaribu, J., Wahyu Octaviani, D., ... & Fitriana, F. (2023). Manajemen Pemasaran Digital.
- Juditha, C. (2018). Interaksi simbolik dalam komunitas virtual anti hoaks untuk mengurangi penyebaran hoaks. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Pembangunan*, 19(1), 17-32.
- Kozinets, Robert V. 2012. *Netnography Doing Ethnographic Research Online* London: SAGE Publications.
- Larasati, P. K. P. (2021, February). Efektivitas content creator dalam strategi promosi di era digital. In *SANDI: Seminar Nasional Desain* (Vol. 1, pp. 126-133).
- Mayangsari, A. J. (2022). PENGELOLAAN AKUN TIKTOK@ NOFREEADI10 SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN BAHASA INGGRIS BAGI PELAJAR (Doctoral dissertation, Universitas Nasional).
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. sage.
- Mohamad Ichsanudin. (2022, November 24). Diakses pada 29 Juli 2023 dari berita online <https://tirto.id/sinopsis-film-like-share-tayang-di-bioskop-xxi-desember-2022-gyZT>
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenada media Group.
- Nasrullah, Rulli. 2018. *Etnografi Virtual*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ramadhanis, D. (2019). *Pemahaman wartawan mengenai profesionalisme: Studi fenomenologi tentang pasal 2 kode etik jurnalistik pada wartawan Tribun Jabar* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Sadasri, L. M. (2017). *Praktik Konsumsi Selebriti Dalam Komunitas Penggemar Di Era Media Baru (Studi Kasus Komunitas Penggemar NIC Jogja dan Jakarta)*. Profetik: Jurnal Komunikasi, 10(1), 100-115.
- Sarosa, S. (2021). *Analisis data penelitian kualitatif*. Pt Kanisius.
- Sasilia, Auliani 2016. *Strategi Promosi Buku "Critical Eleven" Oleh Akun Instagram Ika Natassa Skripsi Tidak Diterbitkan*. Makassar : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
- Steeve, A. J., Tangkudung, J. P., & Lotulung, L. J. (2021). *STUDI NETNOGRAFI PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM*. ACTA DIURNA KOMUNIKASI, 3(4).
- Susanti, S., Mulyana, D., & Damayani, N. A. (2013). *Penulis sunda sebagai pelestari budaya*. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 1(2), 207-215.
- Wibawa, D. (2020). *Jurnalisme Warga Perlindungan, Pertanggungjawaban Etika dan Hukum*.