

**ANALISIS WACANA GAYA KOMUNIKASI ADE LONDOK DALAM MEMVIRALKAN  
ODADING MANG OLEH MELALUI MEDIA SOSIAL**

***DISCOURSE ANALYSIS OF ADE LONDOK'S COMMUNICATION STYLE IN  
VIRALIZING MANG ODADING BY SOCIAL MEDIA***

**Wira Yudha Ardiansyah<sup>1</sup>, Masnia Ningsih<sup>2</sup>, Rakhmad Saiful Ramadhani<sup>3</sup>**

Program Studi Ilmu Komunikasi - FISIP  
Universitas Islam Majapahit

Email: [wirayudha394@gmail.com](mailto:wirayudha394@gmail.com)

**ABSTRAK**

Di era globalisasi seperti ini, perkembangan teknologi khususnya teknologi informasi telah berkembang dengan pesat. Kebutuhan akan informasi adalah kebutuhan akan pengetahuan, berita, peristiwa, dan kesenangan semata yang ada di seluruh bagian dunia. Kebutuhan tersebut akan dipenuhi melalui akses internet dan jejaring sosial, yang dikenal dengan sebutan media sosial. Virus Virtual atau Viral adalah penyebaran informasi atau komunikasi melalui dunia maya (media internet), khususnya di media sosial, tidak lama ini viral video "Odading Mang Oleh" yang dibuat oleh Ade Londok yang merupakan konsumen atau pembeli dari odading tersebut. Video ini viral karena bahasa dari Ade Londok saat melakukan review odading dengan menggunakan gaya komunikasi yang berbeda. Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui struktur wacana dan gaya komunikasi yang digunakan oleh Ade Londok dalam memviralkan odading mang oleh melalui media sosial. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif, dengan menggunakan metode analisis wacana Teun A. van Dijk yang menghasilkan, dalam memviralkan odading mang oleh di media sosial, Ade Londok menggunakan 3 gaya komunikasi yaitu 1). *Dramatic Style*, 2). *Animated Ekspresive*, dan 3). *Impression Leaving*.

**Kata kunci:** Analisis Wacana, Gaya Komunikasi, Media Sosial

*Abstract*

*In this era of globalization, the development of technology, especially information technology, has grown rapidly. The need for information is the need for knowledge, news, events and pleasures that exist in all parts of the world. These needs will be met through internet access and social networks, known as social media. Virtual Virus or Viral is the dissemination of information or communication through cyberspace (internet media), especially on social media, recently the viral video "Odading Mang By" made by Ade Londok who is a consumer or buyer of the odading. This video is viral because of Ade Londok's language when doing an odading review using a different communication style. The aim of this research is to find out the discourse structure and communication style used by Ade Londok in making odading mang viral through social media. The type of research used is descriptive qualitative research, using the discourse analysis method of Teun A. van Dijk which results, in making odading viral on social media, Ade Londok uses 3 communication styles, namely 1). *Dramatic Style*, 2). *Animated Ekspresive*, and 3). *Impression Leaving*.*

**Keywords:** *Discourse Analysis, Communication Style, Social Media*

## PENDAHULUAN

Di era globalisasi seperti ini, perkembangan teknologi khususnya teknologi informasi telah berkembang dengan pesat. Hal itu dibuktikan dengan adanya kemudahan mengakses internet untuk terhubung dengan banyak orang dari berbagai belahan dunia tanpa harus bertatap muka secara langsung, hanya menggunakan berbagai media sosial. Mengakses internet dapat menghubungkan antar manusia dari berbagai belahan dunia yang tidak saling kenal sebelumnya dengan cara mengoneksikan komputer atau telepon genggam dengan jaringan internet.

Dengan mengakses internet berarti kita dapat berinteraksi kepada semua orang baik yang dikenal maupun tidak dikenal, interaksi antar manusia tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup baik jasmani maupun rohani, salah satunya adalah kebutuhan akan informasi. Menginjak abad ke-21, media sosial tengah menjadi tren masyarakat secara global (Xendit, n.d.). Fungsi media sosial awalnya adalah untuk menghubungkan berbagai lapisan masyarakat. Kalau diibaratkan, media sosial sama seperti panggung yang dapat dilihat oleh banyak orang. Hanya saja, ukuran panggungnya sangat luas sehingga semua

pengguna bisa masuk dan berpartisipasi, baik sebagai pengisi panggung ataupun yang menyimak. “Viral”, kata ini sering kali terdengar di dunia maya, khususnya di sosmed atau sosial media.

Virus Virtual atau Viral adalah penyebaran informasi atau komunikasi melalui dunia maya (media internet), khususnya di media sosial. Sebagai contoh, tidak lama ini viral video “Odading Mang Oleh” yang dibuat oleh Ade Londok yang merupakan konsumen atau pembeli dari odading tersebut. Video ini viral karena bahasa dari Ade Londok saat melakukan review odading dengan menggunakan gaya komunikasi yang berbeda dengan penggunaan bahasa sunda yang cenderung kasar yang banyak ditiru oleh para netizen (pengguna media sosial). Gaya komunikasi merupakan cara seseorang dalam mengucapkan atau mengungkapkan pikiran dan perasaan yang memotivasi, menyatakan belas kasihan, menyatakan kemarahan, serta menyatakan pesan atau informasi dengan orang lain.

Setiap orang mempunyai gaya komunikasi yang berbeda-beda karena bersifat personal yang menjadi gaya khas seseorang dalam berkomunikasi, gaya komunikasi umumnya sudah menjadi

kepribadian dari seseorang sehingga sukar berubah. Dengan skill dan kemampuannya dalam berbahasa dengan penggunaan kata-kata yang lucu,

Ade Londok dinobatkan sebagai duta promosi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di bidang kuliner oleh Gubernur Jawa Barat “Ridwan Kamil”. Dalam penelitian ini penulis ingin menganalisa bagaimana struktur wacana yang dibangun, serta untuk memahami gaya komunikasi yang digunakan atau diterapkan oleh Ade Londok dalam mempromosikan “Odading Mang Oleh” yang menjadi viral di media sosial karena penggunaan bahasanya yang kasar, dengan balutan bahasa sunda, dan disampaikan dengan logat yang lucu, sehingga menyita perhatian bagi seluruh pengguna media sosial.

## **METODE PENELITIAN**

Berdasarkan latar belakang masalah yang diajukan peneliti pada penelitian ini, yaitu menganalisis struktur wacana dari Ade Londok dalam memviralkan odading mang oleh melalui media sosial, maka bentuk penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data

deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati.

Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan, atau perilaku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, atau organisasi tertentu dalam suatu setting konteks tertentu yang dikaji secara utuh dan komprehensif (Biklen S, 1992). Kemudian untuk metode penelitian yang digunakan adalah analisis wacana.

Analisis wacana adalah studi tentang struktur pesan dalam komunikasi. Lebih tepatnya lagi, analisis wacana adalah telaah mengenai aneka fungsi (pragmatik) bahasa. Bahasa digunakan sebagai penyambung dari untaian wacana. Tanpa konteks, tanpa hubungan-hubungan wacana yang bersifat antar kalimat dan suprakalimat maka sukar komunikasi bisa berjalan baik dan tepat satu sama lain (Tarigan H, 1993). Subyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah video viral yang ada di media sosial (instagram) yang mengundang banyak respon dari para netizen (pengguna media sosial).

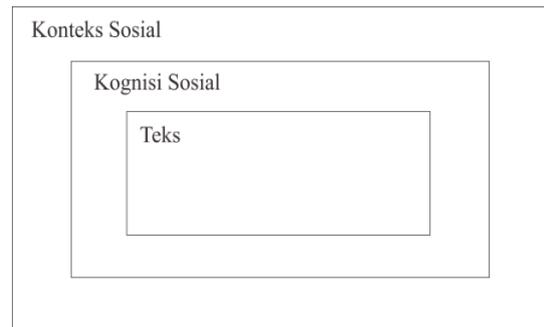
Sedangkan obyek dalam penelitian ini adalah video Ade Londok dalam memviralkan Odading Mang Oleh dengan bahasa yang kasar, namun justru dengan

penggunaan bahasa yang seperti itu membuat Pak Sholeh (mang oleh) menjadi kebanjiran pelanggan, dan membuat odading mang oleh terkenal ke seluruh Indonesia.

## PEMBAHASAN DAN HASIL

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis wacana dari model Teun A. van Dijk. Model analisis wacana ini merupakan model analisis yang paling banyak dipakai oleh peneliti lain yang menggunakan metode penelitian analisis wacana. Model ini kerap disebut juga sebagai “kognisi sosial” yaitu dengan menggabungkan atau mengolaborasikan beberapa elemen wacana sehingga bisa digunakan dan dapat dipakai secara praktis. Van Dijk menggabungkan tiga dimensi wacana ke dalam satu kesatuan analisis. Dalam dimensi teks, yang diteliti adalah terkait dengan bagaimana struktur teks dan strategi wacana yang dibangun yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu. Dimensi kognisi sosial akan mempelajari terkait proses produksi teks yang melibatkan kognisi individu. Sedangkan untuk dimensi konteks sosial adalah untuk mempelajari bangunan wacana yang berkembang dalam masyarakat akan suatu masalah tertentu.

## Model Analisis Van Dijk



(Eriyanto, 2001 : 225)

Dalam melakukan analisis data, peneliti melakukan berbagai macam tahap untuk mencapai hasil penelitian yang diinginkan, yaitu dengan mengumpulkan berbagai macam data yang akan diteliti sebagai bahan untuk di analisis, kemudian setelah itu menentukan kategorisasi berdasarkan metode analisis wacana yang dipilih yaitu dengan menggunakan model dari Teun A. van Dijk yang mengategorikan berdasarkan struktur dan elemen yang ada, setelah itu peneliti akan menentukan struktur teks wacana sesuai dengan yang ditetapkan oleh model Teun A. van Dijk dan berdasarkan fokus penelitian yang dipilih oleh peneliti. Dalam melakukan penelitian yang pertama peneliti melakukan analisis terkait teks yang berupa pesan yang disampaikan Ade Londok dalam video tersebut, sehingga menghasilkan :



• Analisis Teks

Struktur Wacana	Teks Ade Londok	Elemen Wacana
Struktur Makro	Odading mang oleh....  Lamun dahar odading mang oleh yeuh...  Odading mang oleh...	Tematik
Super struktur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pendahuluan/Pe mbuka :</li> </ul> Odading mang oleh.... Lamun dahar odading mang oleh yeuh... Odading mang oleh... Deukeut Baranangsiang, gigireunana belah kulon...	Skematik

Belah...belah...beulah kaler saeutik... <ul style="list-style-type: none"> <li>• Isi Pesan :</li> </ul> Odading mang oleh, hmmmmmm...  Rasanya seperti anda menjadi Iron Man.....  Belilah odading mang oleh di dieu.... Karena lamun teu ngadahar odading mang oleh.... Maneh teu gaul jeung aing.... <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konflik :</li> </ul> Lain balad aing goblog.... Ikan hiu makan tomat..... Goblog lamun teu kadieu.... <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penutup :</li> </ul> Odading mang oleh.... Rasanya anjing banget...	
--	--

Struktur Mikro	<p>Odading mang oleh...</p> <p>Deukeut Baranangsiang, gigireunana belah kulon...</p> <p>Belah...belah...beulah kaler saeutik...</p> <p>Odading mang oleh, hmmmmmm....</p> <p>Rasanya seperi anda menjadi Iron Man...</p> <p>Odading mang oleh ...</p> <p>.Rasanya anjing banget.....</p>	Semantik
	<p>Belilah odading mang oleh di dieu....</p> <p>Karena lamun teu ngadahar odading mang oleh....</p> <p>Maneh teu gaul jeung aing....</p>	Sintaksis

	<p>Lain balad aing goblog....</p> <p>Ikan hiu makan tomat.....</p> <p>Goblog lamun teu kadieu....</p>	Stilistik
	<p>Lain balad aing goblog</p> <p>Goblog lamun teu kadieu....</p> <p>Rasanya seperi anda menjadi Iron Man....</p> <p>Ikan hiu makan tomat...</p> <p>Rasanya anjing banget...</p>	
	<p>Rasanya seperi anda menjadi Iron Man....</p> <p>Ikan hiu makan tomat...</p> <p>Rasanya anjing banget...</p> <p>Lain balad aing goblog....</p> <p>Ikan hiu makan tomat.....</p> <p>Goblog lamun teu kadieu....</p>	Retoris

- **Analisis Kognisi Sosial**

Elemen kognisi sosial merupakan sebuah bagian dari penelitian dengan cara mengamati terkait bagaimana pesan dalam teks tersebut diproduksi, dicerna atau dipahami, serta ditafsirkan. Pada video viral odading mang oleh yang diviralkan oleh artis instagram yaitu Ade Londok, awalnya struktur atau kerangka teks yang dibangun terasa sulit untuk dipahami karena kalimat satu dengan yang lain tidak terstruktur serta penggunaan bahasa daerah yaitu bahasa sunda yang notabnya tidak semua orang bisa atau mengerti bahasa tersebut. Tetapi itulah yang menjadi kekuatan tersendiri bagi video ini karena justru penggunaan kalimat yang tidak terstruktur yang dibangun dengan konsisten justru menambah effort yang sangat luar biasa bagi netizen untuk tertarik mengenal lebih jauh kuliner daerah Bandung yaitu kue odading.

Dengan improve yang dilakukan oleh Ade Londok yaitu dengan menyisipkan atau dengan melakukan penekanan pada kalimat-kalimat tertentu membuat video ini

mampu menyita perhatian bagi sebagian besar para khalayak atau netizen (pengguna media sosial), apalagi dengan pembawaannya yang menggunakan nada berbicara yang ngegas dan seperti marah-marah menambah keunikan tersendiri bagi video odading mang oleh tersebut.

Pembawaan gaya komunikasi dari Ade Londok merupakan sesuatu yang baru pada bidang promosi kuliner khas nusantara, Ade Londok mencoba untuk menarik minat para konsumen dengan sasaran para netizen (pengguna media sosial) dengan penggunaan bahasa dan gaya komunikasi yang baru, tentunya gaya komunikasi ada berbagai macam dengan banyak ciri-ciri dari masing-masing gaya komunikasi yang ada.

Setelah melakukan identifikasi berdasarkan ciri-ciri dari berbagai macam gaya komunikasi yang ada, maka gaya komunikasi yang digunakan oleh Ade Londok yaitu mengarah atau merujuk pada 3 gaya komunikasi yaitu *Dramatic Style*, *Animated Ekspresive*, dan *Impression Leaving*. Dinamic style merupakan sebuah gaya komunikasi yang dianggap berlebihan karena banyak

menggunakan makna kiasan didalamnya, seperti metafora, cerita, dsb, gaya komunikasi ini digunakan Ade Londok dalam menyampaikan pesan dalam hal penggunaan atau pemilihan kata dan kalimat dengan menggunakan makna kiasan berupa metafora. Animated ekspresive merupakan gaya komunikasi dengan memanfaatkan gestur atau gerak badan yang digunakan oleh Ade Londok dalam mempromosikan odading mang oleh melalui media sosial.

Sedangkan Impression Leaving merupakan sebuah gaya komunikasi yang mendorong komunikator mampu memberikan atau membentuk kesan kepada komunikan (orang yang menerima pesan) dengan cara-cara tertentu. Dalam melakukan promosi odading mang oleh Ade Londok berhasil membentuk kesan terhadap para komunikan dengan cara penggunaan bahasa, logat, serta pemilihan kata dan kalimat yang berisi sebuah makna kiasan.

- **Analisis Konteks Sosial**

Konteks sosial yakni merupakan sebuah elemen terakhir yang dicetuskan oleh Teun A. Van Dijk, dimana konteks sosial merupakan faktor eksternal yang mempengaruhi

isi pesan yang disampaikan. Faktor eksternal yang dimaksud disini yaitu bagaimana Ade Londok melihat kondisi dari lingkungan sekitar sehingga ia membuat sebuah video promosi odading mang oleh yang kemudian viral di media sosial.

Pada awalnya Ade Londok hanya iseng membuat sebuah video vlog saat dirinya sedang berkunjung ke tempat mang oleh (Pak Sholeh) di Jalan Baranang Siang, Kosambi, Kota Bandung untuk membeli odading, konten atau isi dari video tersebut merupakan sebuah konten tentang review makanan terkait cita rasa dari sebuah makanan tradisional dalam hal ini adalah odading mang oleh.

Video yang dibuat oleh Ade Londok sangatlah sederhana, Ade Londok hanya menggunakan kamera handphone tanpa proses editing dan tanpa tambahan sound effect, tetapi para netizen memfokuskan perhatiannya ke bahasa serta logat yang dibawakan oleh Ade Londok dalam mempromosikan odading mang oleh, sehingga video ini viral dan banyak ditonton orang, serta bahasanya pun banyak ditiru oleh orang-orang diberbagai kalangan termasuk anak-anak.

Walaupun penggunaan Bahasa dari Ade Londok yang menggunakan Bahasa Daerah yaitu Bahasa Sunda tetapi pesan yang disampaikan oleh Ade Londok bisa diterima atau dipahami oleh para netizen dari lintas kalangan antar budaya. Karena video ini viral di media sosial, yang kita tau di media sosial penggunaannya dari berbagai kalangan baik dari anak-anak, remaja, sampai dewasa dan baik yang muda maupun yang tua, di zaman era digital seperti sekarang ini semuanya sudah menggunakan media sosial sebagai kebutuhan pokok dalam kehidupan sehari-hari mereka, pengaruh media dalam viralnya video odading ini memang memiliki peran yang sangat besar.

Media merupakan suatu wadah sebagai perantara untuk bisa memberikan informasi maupun komunikasi lewat jarak jauh, dan tidak dibatasi oleh ruang dan waktu, dimanapun kita berada meskipun sampai ke ujung dunia kita bisa mendapatkan informasi serta melakukan komunikasi dengan siapapun melalui media khususnya media sosial, oleh karena itulah, video ini telah banyak dilihat oleh

para pengguna media sosial di berbagai penjuru dunia dan berbagai kalangan termasuk anak-anak kecil sehingga mereka ikut menirukan dialog yang digunakan oleh Ade Londok, seperti penggunaan kata anjing dan goblog.

Peniruan merupakan salah satu faktor penyebab yang melatarbelakangi anak berkata kasar. Perilaku suka meniru amat melekat pada anak-anak usia prasekolah. Apa yang dilihat atau didengar di lingkungannya akan tersimpan di memori, kemudian akan ditiru oleh anak tersebut. Begitu ada sesuatu yang baru di lingkungan, termasuk kata-kata kasar/jorok akan cepat diadopsinya.

Selain itu, kemampuan anak di bawah usia lima tahun bisa mempelajari hal baru berkembang dengan pesat. Anak begitu bersemangat mengeksplorasi berbagai hal di lingkungan. Seorang anak akan mudah untuk menyerap hal-hal baru yang ditemuinya, termasuk kata-kata tidak pantas. Akibatnya, anak akan mengikuti dan meniru untuk berkata kasar seperti apa yang pernah mereka dengar

sebelumnya yang telah tersimpan di memorinya. Tentunya ini merupakan salah satu dampak negatif dari viralnya video ini di media sosial bagi anak-anak.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Di era globalisasi seperti ini, perkembangan teknologi khususnya teknologi informasi telah berkembang dengan pesat. Kebutuhan akan informasi tersebut adalah kebutuhan akan pengetahuan, berita, kabar, peristiwa, dan kesenangan semata yang ada di seluruh bagian dunia. Kebutuhan tersebut akan dipenuhi melalui akses internet dan jejaring sosial, yang dikenal dengan sebutan media sosial.

Berbicara soal viral, dalam berbagai aspek kehidupan saat ini, maka kita akan begitu lekat dan tidak asing dengan kata “Viral”, kata ini sering kali terdengar di dunia maya, khususnya di sosmed atau sosial media. Virus Virtual atau Viral adalah penyebaran informasi atau komunikasi melalui dunia maya (media internet) khususnya di media sosial yang mengundang banyak respon dari para netizen (pengguna media sosial), tidak lama ini viral video “Odading Mang Oleh” yang dibuat oleh Ade Londok yang

merupakan konsumen atau pembeli dari odading tersebut.

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan metode analisis wacana dari Teun A. van Dijk yang meliputi beberapa pengelompokan mulai dari analisis teks, kognisi sosial, dan konteks sosial dengan beberapa elemen yang ada didalamnya, maka hasil penelitian yang dilakukan penulis disimpulkan bahwa gaya komunikasi berdasarkan identifikasi ciri-ciri dari berbagai macam gaya komunikasi yang ada, muncul gaya komunikasi yang digunakan oleh Ade Londok dalam mempromosikan odading mang oleh yaitu gaya komunikasi *Dramatic Style, Animated Ekspresive, dan Impression Leaving*.

Dinamic style adalah gaya komunikasi yang dianggap berlebihan karena banyak menggunakan makna kiasan didalamnya, seperti metafora, cerita, dsb, dalam video viral odading mang oleh gaya komunikasi ini digunakan Ade Londok dalam menyampaikan pesan dalam hal penggunaan atau pemilihan kata dan kalimat dengan menggunakan makna kiasan berupa metafora seperti penggunaan kata dan kalimat, Ironman, ikan hiu makan tomat, dan penggunaan kata anjing.

Animated ekspresive merupakan gaya komunikasi dengan memanfaatkan gestur atau gerak badan yang digunakan

oleh Ade Londok dalam mempromosikan odading mang oleh melalui media sosial.

Sedangkan Impression Leaving merupakan sebuah gaya komunikasi yang mendorong komunikator mampu memberikan atau membentuk kesan kepada komunikan sebagai orang yang menerima pesan dengan menggunakan cara-cara tertentu. Dalam melakukan promosi odading mang oleh Ade Londok berhasil membentuk kesan terhadap para komunikan dengan cara penggunaan bahasa, logat, serta pemilihan kata dan kalimat yang berisi sebuah makna kiasan dengan nada bicara yang keras dan kasar yang membuat para netizen terpengaruh sehingga banyak ditirukan dalam kehidupan sehari-hari.

#### DAFTAR PUSTAKA

- A. Hamid Hasan, L. (1993). *Analisis Wacana Pragmatik*. Angkasa.
- Aditya, R. (2015). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru. *Jurnal Fisip*, 2, 1–14.
- Biklen S, B. R. (1992). *Qualitative Research For Education*. Allyn and Bacon.
- Budiman. (1999). *Kosa Semiotika*. LKiS.
- Dennis, M. (2002). *Teori Komunikasi Massa*. Erlangga.
- Eriyanto. (2001a). *Analisis Wacana : Pengantar Analisis Teks Media*. LKiS.
- Eriyanto. (2001b). *Analisis Wacana : Pengantar Analisis Teks Media*. LKiS.
- Eriyanto. (2001c). *Analisis Wacana : Pengantar Analisis Teks Media*. LKiS.
- Henry Guntur, T. (1993). *Pengajaran Wacana*. Angkasa.
- Heryanto. (1999). *Pisau Teori Wacana*.
- Heryanto, A. (2000). *Perlawanan Dalam Kepatuhan*. Mizan.
- I. Dewa Putu, W. (1996). *Dasar-Dasar Pragmatik*. ANDI.
- Jalaludin, R. (1999). *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- James, L. (1998). *Media Komunikasi Kebudayaan : Suatu Pendekatan Global*. Yayasan Obor Indonesia.
- Joseph, R, D. (2000). *The Dynamics Of Mass Communication*. Random House.
- Keraf. (1980). *Sebuah Pengantar Kemahiran Bahasa*. Nusa Indah.
- Keraf. (1994). *Diksi Dan Gaya Bahasa*. Gramedia Pustaka Utama.
- L., Rybczyk E.J., Judd B, A. J. (2006). *Communication Style And The*

- Managerial Effectiveness Of Male And Female Supervisors. *Journal Of Business & Economics Research*. Panuti, S. (1993). *Bunga Rampai Stilistika*. Pustaka Utama Grafiti.
- Pateda. (1994). *Linguistik (Sebuah Pengantar)*. Angkasa.
- Romaltea. (2018). *Viral atau Virus Virtual*. [www.romaltea.com](http://www.romaltea.com)
- Rosihan, A. (1996). *Kode Etik Jurnalistik*. Jurnalindo Aksara Grafika.
- Setya Watie, E. D. (2011). Komunikasi Dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, 3.
- Sobur, A. (2015a). *Analisis Teks Media*. Remaja Rosdakarya.
- Sobur, A. (2015b). *Analisis Teks Media*. Remaja Rosdakarya.
- Stephen W, L. (1996a). *Theories Of Human Communication* (5th ed.). Wadsworth Publishing Company.
- Stephen W, L. (1996b). *Theories Of Human Communication*. Belmont, Woodsworth.
- Stewart & Moss, Sylvia, L. T. (2008). *Human Communication : Prinsip-Prinsip Dasar*. Remaja Rosdakarya.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. CV. Pustaka Setia.
- Tarigan H, G. (1993). *Berbicara Sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*. Angkasa Badudu.
- Terry, F. (2002a). *New Media : An Introduction*. Oxford University Press.
- Terry, F. (2002b). *New Media : An Introduction*. Oxford University Press.
- Wahyuni Purbohastuti, A. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Tirtayasa Ekonomika*, 12.
- Xendit. (n.d.). *Peran Media Sosial*. [www.xendit.co.id](http://www.xendit.co.id)