

## Penerimaan Audiens Pada Konten *Campaign* untuk Palestina di Akun Instagram @ariekuntung

Lina Yuniati<sup>1</sup>, Ririn Puspitatutiasri<sup>2</sup>

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Indonesia  
20043010008@student.upnjatim.ac.id<sup>1</sup>, ririn\_puspita.ilkom@upnjatim.ac.id<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*This study discusses the audience's acceptance of the campaign content for Palestine on the Instagram account @ariekuntung. The content is in the form of embedded content on Arie Untung's Instagram account, the content shows several female public figures reading poetry as a form of support for Palestine and the second content contains Arie Untung's invitation to the public, especially his followers, to take action to take to the streets. The Instagram account @ariekuntung is known to be active in voicing support for Palestine where Arie Untung uses this platform for social campaigns, sharing the latest information, inviting participation in mass actions, donating, and encouraging solidarity with Palestine. The success of this campaign message depends not only on its content, but also on how the audience receives and responds to it. Audience acceptance is influenced by various factors such as social background, culture, education, and how the message is delivered. In the campaign for Palestine, audience acceptance becomes more complex because the Palestinian issue involves sensitive political, humanitarian, and religious aspects. Through various uploads that are informative, persuasive, and emotional, @ariekuntung's posts have attracted the attention of many followers who show varying responses to the content posted. The content shared by Arie Untung has raised various opinions from the audience regarding the posts shared, this is because it is seen from the credibility and background of his public figure. This study aims to analyze how the audience receives, understands, and responds to the campaign content. This study uses a qualitative approach with a descriptive method, and applies reception analysis developed by Stuart Hall. Data collection was carried out through in-depth interviews and documentation. The number of informants in this study was 8 people. From the results of the interviews and analysis that have been carried out by the researcher, it was found that 5 people were included in the dominant hegemonic position category, namely informants 1, 2, 5, 7, and 8. Then 3 other people were included in the negotiated position category, namely informants 3, 4, and 6. The researcher did not find any informants in the oppositional position.*

**Keywords:** Audience Reception, Palestine Campaign, Instagram Content

### ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai penerimaan audiens pada konten *campaign* untuk Palestina di akun Instagram @ariekuntung. Konten tersebut berupa konten sematan yang terdapat pada akun Instagram Arie Untung, isi pada konten tersebut memperlihatkan beberapa publik figur wanita yang membacakan puisi sebagai bentuk dukungannya untuk Palestina serta pada konten yang kedua berisi tentang ajakan Arie Untung kepada masyarakat terutama *followers*-nya untuk melakukan aksi turun ke jalan. Akun Instagram @ariekuntung dikenal aktif dalam menyuarakan dukungan untuk Palestina di mana Arie Untung menggunakan platform ini untuk kampanye sosial, membagikan informasi terkini, mengajak partisipasi dalam aksi massa, berdonasi, serta mendorong solidaritas terhadap Palestina. Keberhasilan pesan kampanye ini tidak hanya bergantung pada kontennya, tetapi juga pada

bagaimana audiens menerima dan meresponsnya. Penerimaan audiens dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti latar belakang sosial, budaya, pendidikan, dan cara penyampaian pesan. Dalam kampanye untuk Palestina, penerimaan audiens menjadi lebih kompleks karena isu Palestina melibatkan aspek politis, kemanusiaan, dan keagamaan yang sensitif. Melalui berbagai unggahan yang bersifat informatif, persuasif, dan emosional, dalam postingan @ariekungtung ini telah menarik perhatian banyak pengikut yang menunjukkan respons beragam terhadap konten yang diposting. Konten yang dibagikan oleh Arie Untung menimbulkan beragam pendapat dari khalayak terkait postingan yang dibagikan, hal ini karena dilihat dari kredibilitas dan latar belakangnya sebagai publik figur. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana audiens menerima, memahami, dan merespons konten kampanye tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, serta menerapkan analisis resepsi yang dikembangkan oleh Stuart Hall. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi. Jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak 8 orang. Dari hasil wawancara dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti, ditemukan bahwa 5 orang termasuk dalam kategori *dominant hegemonic position* yaitu informan 1, 2, 5, 7, dan 8. Kemudian 3 orang lainnya termasuk dalam kategori *negotiated position* yaitu informan 3, 4, dan 6. Peneliti tidak menemukan adanya informan pada posisi *oppositional position*.

**Kata kunci:** Penerimaan Audiens, *Campaign* Palestina, Konten Instagram

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengalami kemajuan yang pesat. Salah satu hasil paling signifikan dari perkembangan ini adalah kemudahan akses terhadap internet. Kemudahan akses internet memungkinkan informasi dapat diakses secara *real-time* dan dari berbagai sumber. Kemudahan akses dan kecepatan informasi yang ditawarkan internet membawa dampak signifikan dalam berbagai aspek kehidupan (Mohammad & Maulidiyah, 2023). Kemudahan akses dan kecepatan informasi internet di gunakan oleh seseorang untuk melakukan komunikasi dengan orang lain maupun mencari informasi di seluruh dunia dengan menggunakan media sosial.

Selain digunakan untuk menjalin komunikasi dengan orang lain media sosial juga menjadi tempat yang potensial untuk menyebarkan isu-isu global karena kemudahannya yang dapat diakses oleh jutaan orang di seluruh dunia dengan mudah. Hal ini membuat media sosial menjadi platform yang efektif untuk menyebarkan informasi secara cepat dan luas. Pengguna media sosial dapat terlibat secara aktif dalam membagikan konten, mengomentari, dan menyebarkan informasi. Hal ini memungkinkan isu-isu global untuk dengan cepat menyebar dan menjadi *viral* di platform tersebut.

Media sosial menyediakan platform yang terbuka bagi siapa pun untuk berbicara dan berbagi pendapat mereka tentang isu-isu global. Dalam menyebarkan isu global tersebut, terdapat peran tokoh publik, termasuk tokoh politik, selebriti, dan aktivis. Dengan memiliki pengikut yang besar, mereka dapat dengan cepat memperluas jangkauan isu-isu global dan memengaruhi opini publik. Salah satu contoh isu global yang ramai diperbincangkan di media sosial adalah konflik yang

terjadi antara Israel dengan Palestina. Konflik yang terjadi antara Israel dengan Palestina menjadi konflik yang berkepanjangan. Di mana konflik ini melibatkan banyak hal termasuk melibatkan negara-negara di luar Israel dan Palestina. Dampak konflik Palestina-Israel tidak hanya dirasakan di wilayah tersebut, tetapi juga menyebar ke seluruh dunia, termasuk Indonesia. Sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki ketertarikan dan keterlibatan emosional yang kuat dalam konflik tersebut. Solidaritas pada rakyat Palestina telah menjadi salah satu isu yang menjadi perhatian dalam politik luar negeri Indonesia, dengan pemerintah dan masyarakat sipil sering kali menyuarakan dukungan mereka terhadap Palestina dalam forum internasional dan melalui aksi protes (Kaslam,2024).

Peran media sosial dalam mendukung gerakan solidaritas, terutama dalam konteks dukungan untuk Palestina, telah menjadi semakin signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Media sosial menyediakan *platform* yang kuat untuk menyebarkan informasi, menggalang dukungan, dan memobilisasi massa dengan cepat dan efisien. Data menunjukkan bahwa pengguna media sosial di seluruh dunia terus meningkat, dengan lebih dari 5,04 miliar pengguna aktif pada tahun 2024 (GoodStats.id, 2024).

Salah satu hal bahwa Instagram menjadi menarik untuk media bertukar pikiran serta *sharing* adalah terdapat *public figure* yang bergerak sebagai subjek dalam pembahasan tren maupun isu terkini. *Public figure* merupakan seorang tokoh masyarakat yang menjadi pusat perhatian orang banyak dan sudah dikenal oleh masyarakat luas, baik dari segi penampilan fisiknya dan juga prestasi-prestasi yang pernah diraihinya (Susanti et al., 2022). Peran media sosial dalam mendukung Palestina juga tidak lepas dari adanya campur tangan *public figure* sebagai sumber informasi dalam menyuarakan bentuk-bentuk kampanye dalam media sosial untuk mendukung, memberikan bantuan, dan *support* kepada Palestina. Di Indonesia, media sosial juga digunakan sebagai alat untuk mendukung Palestina. Dalam hal tersebut gerakan dukungan untuk Palestina banyak dipengaruhi oleh peran *public figure*.

Salah satu *public figure* yang menggerakkan dukungan untuk Palestina adalah Arie Untung. Arie Untung adalah seorang pemeran, *presenter*, pelawak, dan penyiar radio di Indonesia. Arie untung juga merupakan salah satu *public figure* yang banyak memberikan pengaruh pada penggemar ataupun *followers* pada akun media sosialnya. Media sosial yang digunakan oleh Arie untung dalam mendukung gerakan dukungan untuk Palestina adalah media sosial Instagram. Instagram Arie untung per April 2024 telah memiliki 3,3 juta pengikut. Media sosial Instagram Arie Untung kini lebih sering aktif digunakan karena pada beberapa tahun belakangan Arie Untung diketahui jarang muncul di layar televisi. Arie untung bersama istrinya jarang muncul di layar televisi karena melakukan hijrah yang dimulai pada sekitar tahun 2016.

Konten yang dibuat oleh Arie untung dalam media sosial Instagram sebagai bentuk dukungan untuk Palestina adalah dengan membuat video ataupun *reels* Instagram tentang aksi kampanye dengan menggandeng beberapa *public figure* lain yang turut serta mendukung Palestina. Beberapa konten menarik yang dibuat *public*

*figure* biasanya dikaitkan dengan kegiatan sehari-hari dari *public figure* tersebut sehingga memiliki daya tarik sendiri terhadap *audience* atau pengikut *public figure* tersebut (Nabilla Vynka, 2022).

Terdapat konten yang disematkan pada akun Instagram Arie Untung, Konten tersebut berupa pembacaan puisi yang dilakukan oleh beberapa publik figur wanita di Indonesia serta konten yang kedua adalah berupa seruan aksi agar masyarakat turun ke jalan untuk memberikan dukungan kepada Palestina. Arie Untung selain melakukan aksi dukungan juga mengajak terutama *followers*-nya untuk membantu warga Palestina dengan cara berdonasi yang dapat dikirimkan melalui tautan *link* yang terdapat pada akun Instagramnya. *Campaign* yang dilakukan oleh Arie Untung untuk mendukung Palestina juga tak lepas dari kesehariannya dalam membuat *event* berupa Hijrah Fest yang banyak dikunjungi oleh publik figur serta masyarakat umum yang telah melakukan proses hijrah.

Motif atau tujuan *public figure* dalam melakukan kampanye di media sosial sangat beragam. *Public figure* yang mengunggah konten dukungan untuk Palestina merasa bahwa apa yang dilakukan dapat mengedukasi pengikutnya serta membuat dirinya menjadi seseorang yang memiliki kredibilitas namun penerimaan orang yang mendapatkan pengaruh dari *public figure* tersebut belum tentu sama dengan yang lainnya. Konten gerakan dukungan untuk Palestina yang dilakukan pada *platform* media sosial Instagram tentunya memiliki keterbatasan atas durasi dari tayangan yang dibagikan. Hal tersebut menimbulkan sebuah pertanyaan tersendiri mengenai pengguna media sosial yang mencari informasi mengenai dukungan untuk Palestina dari media sosial Instagram.

Konten gerakan dukungan (*campaign*) untuk Palestina menjadi sebuah permasalahan yang bermata ganda, yang menjadikan beberapa hal yang diawali sebagai sebuah hal yang positif namun dapat menjadi sebuah bumerang pada dirinya sendiri. Munculnya permasalahan yang ada namun tidak diiringi dengan sebuah pemikiran yang panjang atas apa yang dilakukan pengguna media sosial dalam melakukan gerakan dukungan untuk Palestina memungkinkan adanya sebuah permasalahan di masa depan dengan hadirnya anggapan bahwa konten gerakan dukungan untuk Palestina tidak hanya sekedar rasa kemanusiaan namun juga konten yang diproduksi dapat menjadi alat dalam mempengaruhi khalayak untuk seorang *public figure* mendapatkan *royalty* berupa *support* dan *sponsor* atau bahkan penghasilan uang yang menguntungkan dalam kehidupan *public figure* tersebut. Hadirnya konten-konten *campaign* yang awalnya untuk menunjukkan rasa kepedulian dan rasa kemanusiaan namun dapat menjadi sebuah konten yang dapat dijual untuk mendapatkan penghasilan dari adanya *campaign* yang dibuat menjadi sebuah salah satu alasan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini.

Konflik Palestina-Israel memiliki dampak yang luas dan kompleks, tidak hanya di wilayah tersebut tetapi juga di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Solidaritas dengan Palestina telah menjadi isu penting dalam politik luar negeri dan opini publik di Indonesia, mempengaruhi penerimaan, sikap, dan tindakan masyarakat serta

pemerintah terkait dengan konflik tersebut. Konflik Israel Palestina telah menjadi sorotan utama di Indonesia selama beberapa waktu. Berita tentang konflik tersebut memiliki beragam versi yang disajikan oleh media di Indonesia. Namun, peran media sosial telah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap media utama dalam menentukan agenda, baik itu secara positif maupun negatif. Media sosial berperan penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat sebagai media untuk berbagi informasi dan komunikasi tentang hal-hal di sekitar kita, mulai dari kegiatan sehari-hari, politik, ekonomi, budaya hingga berita yang sedang berkembang di masyarakat.

Berdasarkan fenomena di atas, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana penerimaan audiens terhadap konten dukungan untuk Palestina yang diunggah oleh *public figure*. Dimana postingan konten @ariekuntung menasar pada *followers*-nya untuk memberikan bantuan dan juga rasa empati pada Palestina. Informan dalam penelitian ini merupakan *followers* aktif yang memberikan *feedback* baik melalui *like* (suka), komentar, *share* (berbagi) dari akun Instagram @ariekuntung.

Peneliti menggunakan teori resepsi audiens untuk membahas konten *campaign* untuk Palestina pada akun Instagram @ariekuntung. Audiens dapat memaknai pesan yang disampaikan oleh media dan makna dari pesan tersebut berbeda-beda sesuai dengan pengalaman dan latar belakang audiens. Penelitian ini untuk melihat bagaimana audiens menerima pesan yang disampaikan dari konten *campaign* untuk Palestina serta untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi latar belakang audiens untuk memaknai pesan pada konten *campaign* tersebut.

Adapun tujuannya yaitu untuk mengetahui posisi yang akan ditempati oleh audiens diantara 3 posisi Stuart Hall yaitu posisi dominan yang dimana audiens setuju dengan pesan yang disampaikan, posisi negosiasi yang dimana posisi audiens berada di tengah, dan posisi oposisi yaitu audiens tidak setuju terhadap pesan yang diberikan. Hasil yang akan didapatkan dengan menunjukkan penilaian dari audiens terhadap pesan yang disampaikan dari konten *campaign* pada akun Instagram @ariekuntung.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Basrowi dan Suwandi dalam buku metode penelitian (Hafni Sahir, 2019.). Metode kualitatif dapat mengungkap dan memahami sesuatu di balik kejadian yang belum diketahui. Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang bersifat umum terhadap kenyataan sosial dari sudut pandang partisipan. Pada penelitian ini menggunakan metode analisis resepsi dari Stuart Hall. Salah satu alasan peneliti menggunakan metode ini adalah untuk dapat mendeskripsikan setiap objek yang diteliti. Selain itu, penelitian kualitatif dilakukan tanpa memanipulasi objek. Pendekatan metode analisis resepsi Stuart Hall digunakan untuk mengungkapkan bagaimana resepsi audiens terkait adanya konten *campaign* untuk Palestina di media sosial Instagram.

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis berupa wawancara mendalam dan dokumentasi. Informan ditentukan dengan cara *purposive sampling*. Menurut Sugiyono dalam penelitian kualitatif *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan. Adapun informan yang akan diwawancarai pada penelitian ini juga harus memenuhi kriteria sebagai berikut *followers* akun Instagram @ariekuntung, *followers* berusia minimal 17 tahun ke atas. Usia ini dipilih karena merupakan kelompok usia yang paling aktif menggunakan media sosial Instagram, pernah melihat, menyukai, memberikan komentar pada postingan @ariekuntung tentang dukungannya untuk Palestina, mengetahui konten @ariekuntung tentang *campaign* gerakan dukungan untuk Palestina, serta tertarik pada pada isu Israel-Palestina. Jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak 8 orang dari berbagai usia dan latar belakang.

**Tabel 1. Tabel Informan**

No	Nama Informan	Usia	Status atau Pekerjaan
1	Sella	23 Tahun	<i>Freshgraduate</i>
2	Irkhamna	22 Tahun	Notaris
3	Apip	21 Tahun	Kuliah, Bekerja, Seniman
4	Hadi	21 Tahun	Kuliah dan Bekerja
5	Shintia	22 Tahun	Guru Bimbel
6	Ingvia	22 Tahun	Mahasiswa
7	Najwa	18 Tahun	Mahasiswa Baru
8	Chandra	25 tahun	Bekerja di Pemerintahan

Setelah dilakukan proses wawancara mendalam dengan delapan informan, selanjutnya dilakukan teknik analisis data. Penelitian ini menggunakan tiga alur analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman dalam (Hafni Sahir, 2019.) Tiga alur analisis tersebut meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana penerimaan audiens pada konten *campaign* untuk Palestina di akun Instagram @ariekuntung. Melalui analisis yang telah peneliti lakukan, peneliti menemukan bahwa penerimaan dan pemaknaan yang dilakukan oleh audiens tentang konten *campaign* untuk Palestina tersebut dapat dianalisis melalui teori *encoding-decoding* Stuart Hall dimana audiens merupakan pengguna aktif media sosial Instagram. Stuart Hall juga menggolongkan audiens pada tiga kategori yaitu *dominant hegemonic position*, *negotiation position*, dan *oppositional position*. Stuart Hall dalam pandangan Teori *encoding-decoding*, setiap pesan atau makna yang disampaikan merupakan semua rangkaian peristiwa

yang sudah terjadi. Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan hasil dari wawancara secara mendalam kepada audiens yang telah menyaksikan video *reels* dari konten Instagram Arie Untung yang terdapat pada sematan Instagramnya. Audiens mempunyai resepsi yang berbeda-beda atas informasi yang diterimanya. Penerimaan yang berbeda-beda tersebut antara satu informan dengan informan yang lainnya disebabkan oleh berbagai macam faktor seperti perbedaan pengetahuan, latar belakang, kehidupan sosial dan status pekerjaan yang dimiliki oleh masing-masing informan. Berikut tiga kategori yang peneliti simpulkan atas resepsi yang diberikan oleh 8 informan, yaitu:

## 1. *Dominant Hegemonic Position*

Merupakan posisi khalayak yang memahami dan menyetujui secara penuh makna yang sama dengan yang disampaikan oleh produsen pesan di media. Dalam hal ini, penerimaan yang sama dengan produsen pesan yang disampaikan oleh para informan tersebut didukung oleh adanya latar belakang dan pandangan mereka masing-masing terkait informasi yang disajikan. Berdasarkan kriteria tersebut, pada kategori ini khalayak dapat menerima dan menyetujui makna yang disampaikan oleh produsen pesan secara penuh sekaligus dapat memenuhi kebutuhan informasi informan akan konten *campaign* Arie Untung tentang Palestina. Pada model *encoding-decoding* Stuart Hall dalam penelitian ini terdapat unsur yang memengaruhi perbedaan pemaknaan khalayak yaitu *frame of knowledge, field of education, and field of experience*. Berdasarkan kategori tersebut, informan 1,2,5,7,dan 8 memenuhi persyaratan karena setuju dan menerima secara positif konten *campaign* yang dilakukan oleh Arie Untung untuk Palestina di media sosial Instagram.

## 2. *Negotiated Position*

Informan pada kategori ini merupakan informasi yang menyetujui tentang dukungan Arie Untung untuk Palestina namun juga masih mempertimbangkan dengan pemahamannya sendiri. Sehingga informan berada ditengah-tengah alias netral. Posisi Negosiasi ditunjukkan ketika khalayak memahami isi pesan yang disampaikan namun tidak sepenuhnya menyetujui pesan tersebut, melainkan ada bentuk pertentangan karena perbedaan sudut pandang yang menghasilkan interpretasi yang berbeda dengan produsen pesan. Dalam artian, para informan merasa adanya ketidaksesuaian pendapat dalam memaknai informasi pada konten *reels* Arie Untung. Informan yang berada pada posisi ini adalah informan 3 dan 4.

## 3. *Oppositional Position*

Posisi oposisi menandakan bahwa informan menolak informasi dalam konten Arie Untung pada akun Instagram @ariekung secara penuh karena memiliki penafsiran yang berbeda dan berlawanan dengan kebutuhan

informasi yang dibutuhkannya. Dalam penelitian ini tidak ada informan yang berada pada posisi oposisi.

## KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerimaan audiens terhadap konten kampanye Palestina di akun @ariekungtung sangat beragam, tergantung pada latar belakang dan pengalaman pribadi masing-masing audiens. Penelitian ini juga menemukan bahwa penerimaan audiens dari beberapa informan sangat dipengaruhi oleh kedekatan emosional mereka dengan isu Palestina. Audiens yang memiliki kedekatan emosional yang kuat dengan isu tersebut cenderung menerima konten secara positif dan terlibat aktif dalam kampanye, misalnya dengan menyebarkan informasi lebih lanjut atau memberikan donasi. Sebaliknya, audiens yang kurang terhubung dengan isu tersebut atau memiliki pandangan yang berbeda terhadap konflik Palestina cenderung menunjukkan sikap pasif, mereka tidak memberikan tanggapan aktif melalui komentar atau diskusi, tetapi tetap mengikuti dan menyukai postingan. Audiens ini cenderung melihat konten kampanye Palestina sebagai bagian dari informasi umum yang mereka konsumsi di media sosial tanpa merasa perlu untuk terlibat lebih jauh. Meski demikian, mereka mengaku bahwa konten tersebut tetap memberikan perspektif baru tentang situasi di Palestina yang mungkin sebelumnya tidak mereka ketahui. Khalayak memiliki peran aktif dalam membentuk makna dari pesan media sehingga ditemukan dua posisi *Dominant Hegemonic Position* dan *Negotiated position* yang dihasilkan dari penelitian ini. Khalayak yang termasuk kategori *Dominant Hegemonic Position* adalah informan 1, 2, 5, 7, dan 8. Kemudian khalayak yang termasuk kategori *Negotiated position* adalah informan 3, 4, dan 6. Peneliti tidak menemukan informan pada *Oppositional Position* pada penelitian ini.

## SARAN

Saran yang bisa diambil dari penelitian ini adalah ditujukan untuk para publik figur khususnya di media sosial Instagram, yaitu untuk terus membuat konten-konten yang kreatif, edukatif dan informatif sehingga pesan yang terdapat dalam konten tersebut dapat bermanfaat dan tentunya dapat di implementasikan oleh para pengguna lainnya atau lebih khusus adalah *followers*-nya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asyahidda, F. N., & Amalia, R. (2022). Analisis Gerakan Free Palestine di Indonesia sebagai Solidaritas Dukungan Umat Muslim terhadap Kemerdekaan Palestina. *SOSIETAS*, 12(1), 93–100. <https://doi.org/10.17509/sosietas.v12i1.48075>
- Hartiningtyas, J. A., & Iflah, I. (2023). Persepsi Followers Terhadap Konten TikTok resep\_inspirasi\_debm. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 192–202. <https://doi.org/10.31294/jkom.v14i2.15744>

Mahardika, R. A. D., & Aji, G. G. (2023). Analisis Resepsi Generasi Z Terhadap Konten Berbagi Pada Akun Tiktok @Iben\_Ma (Vol. 7).

Mohammad, W., & Maulidiyah, N. R. (2023). Pengaruh Akses Internet Terhadap Aspek Kualitas Kehidupan Masyarakat Indonesia. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 01(02), 30–45.

Nurkhasanah, A. (2022). Analisis Resepsi Viewers Akun Instagram @Lyfewithless Terhadap Konten Kampanye #Belajarjadiminimalis. *Skripsi*, 8.5.2017, 2003–2005.

Sahir, S. H. (2019). *Metodologi Penelitian*. Retrieved from [www.penerbitbukumurah.com](http://www.penerbitbukumurah.com)

Susanti, I. D., Janah, Y., & Waru, A. P. D. T. (2022). Pengaruh Nagita Slavina Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS Glow.