

DAFTAR PUSTAKA

- Arsi, A., & Herianto, H. (2021, January 19). Langkah-langkah Uji Validitas Dan Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan SPSS. <https://doi.org/10.31219/osf.io/m3qxs>
- Billyantari, W. P., Erawan, K. P., & Pramana, G. I. Satire Sebagai Media Komunikasi Protes Aksi Demonstrasi #TolakOmnibusLawCiptaKerja.
- Bungin, B. (2017). Metodologi Penelitian *Kuantitatif* (Edisi Dua). Fajar Interpratama Mandiri.
- Chilmi, M. L. C. (2021). *Latent dirichlet allocation lda untuk mengetahui topik pembicaraan warganet twitter tentang omnibus law* (Bachelor's thesis, Fakultas Sains Dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Effendy, O.U. 1989. *Kamus Komunikasi*. Penerbit Mandar Maju.
- Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 1(1), 5-16. <https://doi.org/10.32699/Resolusi.V1i1.154>
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasgimianti, H., Habibah, S., Alfiah, A., & Purnama, R. D. B. Tingkat Adiksi Penggunaan Media Sosial Remaja: Studi Deskriptif. *Educational Guidance and Counseling Development Journal*, 5(2), 106-113.
- Ihsan, M., & Adnan, R. S. (2022). Media Sosial Twitter Sebagai Ruang Publik Virtual (Studi Kasus Penolakan Omnibus Law). *Journal of Syntax Literate*, 7(3). <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i3.6612>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of *Social Media*. *Business horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Karjaluoto, E. (2010). A Primer in Social Media. *A Smash LAB White Paper*.
- L. Tubbs, Stewart & Moss, Sylvia (2008). *Human Communication (Eleven)*. New York: The McGraw-Hill Companies.
- Mahmudi. 2005. *Manajemen Kinerja Sektor publik*. Pustaka Ilmu.
- Mansyur, Umar. 2016. Bahasa Indonesia dalam Belitan Media Sosial: Dari Cabean Hingga Tafsir Al-Maidah 51. In *Prosiding Seminar Nasional & Dialog Kebangsaan dalam Rangka Bulan Bahasa 2016* (pp. 145–155). Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin. <https://doi.org/10.31227/osf.io/7vpjh>
- Mulyana, D. (2016). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Muchlis, Ed.; Cet.2). Remaja Rosdakarya.

- Nisrina, M. (2015). *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Upaya Meruap Uang*. Kobis.
- Oktaviani, (2019). *Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Umbul*. 17(1), 13–27.
- Prasetyaningrum, G., Nurmayanti, F., & Azahra, F. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Etika Sistem Informasi: Moral, Isu Sosial Dan Etika Masyarakat (Literature Review Sim)*. 3(2). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2>
- Ruben, Brent D., Ibnu H., Stewart, Lea P. (2013). *Komunikasi dan perilaku manusia / Brent D. Ruben, Lea P. Stewart; penerjemah, Ibnu Hamad*. Rajawali Pers.
- Salasi, R., & Erni, M. (2020). *Statistik Dasar. In Buku Ajar (Digital)*. Syiah Kuala University Press.
- Sandjaja, S. D. (2014). *Komunikasi: Signifikansi, Konsep, Dan Sejarah*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cv. Alfabeta.
- Tanjung, H., & Devi, A. (2018). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam* (P. Oktavianawati, Ed.; Edisi Ke-2). Gramata Publishing.
- Ulfa, G. S., & Fatchiva, A. (2017). Efektivitas Instagram “Earth Hour Bogor” Sebagai Media Kampanye Lingkungan.
- Utami, S. R., Safitri, R. N., & Kuncoroyakti, Y. A. (2021). Analisis jaringan dan aktor# Batalkan Omnibus Law di media sosial Twitter menggunakan social network analysis (SNA). *Journal of Media and Communication Science*, 4(3), 135-148.
- Wijaya, T. N., Indriati, R., & Muzaki, M. N. (2021). Analisis Sentimen Opini Publik Tentang Undang-Undang Cipta Kerja Pada Twitter. *Jambura Journal of Electrical and Electronics Engineering*, 3(2), 78-83.