

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aan, M. S., 2013. *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Riduwan & Akdon. 2010. *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Alfabeta.
- Andriadi, F., 2016. *Demokrasi di Tangan Netizen*. Jakarta: Rmbooks.
- Badara, A., 2012. *Analisis Wacana: Teori, Metode, Dan Penerapannya Pada Wacana Media*. Jakarta: Kencana.
- Burns, K. S., 2017. *Social Media ; A Reference Handbook*. California: ABC-CLIO, LLC.
- Dijk, T. A. V., 2015. Critical Discourse Studies; A Sociocognitive Approach. Dalam: *Methods of Critical Discourse Analysis*. 3rd penyunt. London: Sage, pp. 63-85.
- Eriyanto, 2011. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKis Yogyakarta.
- Kriyantono, R., 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, R., 2015. *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin, 2002. *Komunikasi Propaganda*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- R, M. D. W., 2016. Hashtag sebagai Media Baru Penyebaran Propaganda Internasional. Dalam: *HASHTAG; Sebagai Gerakan Massa dalam Media Internasional*. s.l.:Media Mahasiswa Publising.
- Sobur, A., 2012. *Analisis Teks Media (Suatu Pengantar untuk Analisa Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfa Beta.

Skripsi, Jurnal

- Agustina, T., 2018. *Analalisis Wacana Gerakan Sosial dal Menentukan Opini Publik Via Twitter (Studi Kasus Hashtag #Bijakbersosmed Period 1 sampai 5 Oktober 2017)*, Palembang: s.n.
- Febri Anugratami, M. C. B. P., 2015. PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TWITTER TERHADAP MOTIVASI FOLLOWERS PADA

AKUN @MERRYRIANA (PERIODE 01 DECEMBER 2014-17 JANUARI 2015). *e-Proceeding of Management : Vol.2, No.2*, Agustus.p. Page 2256.

Fitri, S. N., 2018. Pro Kontra Gerakan Tagar #2019GantiPresiden Sebagai Sarana Kampanye dalam Pemilu. *Seminar Nasional Hukum Universitas Negeri Semarang*, p. 286.

Juditha, C., 2014. Opini Publik Terhadap Kasus “KPK Lawan Polisi”. *Jurnal Pekommas*, Agustus, Volume Vol. 17 No. 2, p. 61=70.

Suciningsih, I., 2019. *Analisis Wacana Kritis Trending Topic Hashtag Crazy Rich Surabaya di Twitter*, s.l.: s.n.

Artikel, Berita, etc.

Novellno, A., 2018. *CNN Indonesia*.

Available at: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180506232716-192-296123/mengenal-tagar-dan-trending-topic-di-linimasa-twitter> [Accessed 21 Oktober 2019].

Putsanra, D. V., 2019. *Demo Gejayan Memanggil & Mosi Tidak Percaya Trending Topic Twitter*, s.l.: Tirto.id.

Tempo, 2019. *Panggilan Gejayan*, s.l.: s.n.

Bergerak, A. R., 2019. *Press Rilis Aliansi Rakyat Bergerak*, Yogyakarta: s.n.

Website

Bahasa, B. P. d. P., 2016. *KBBI Daring*. [Online]
Available at: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/Beranda>

Fahmi, I., t.thn. *Drone Emprit Publication*. [Online]
Available at: pers.dronemprit.id/

Kemp, S., 2019. *Hootsuite & We Are Social*. [Online]
Available at: <https://wearesocial.com/blog/2019/07/global-social-media-users-pass-3-5-billion>
[Diakses 21 Oktober 2019].