



Studi Etnografi Virtual Interaksi Pengikut @HaveAniesDay di Media Sosial X

Aqilah Shafa Rani

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Indonesia

E-mail: aqilahafa@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2024-01-10 Revised: 2025-02-20 Published: 2025-03-02 Keywords: <i>Virtual Ethnography;</i> <i>X;</i> <i>Anak Abah Community.</i>	This study explores how the virtual community "Anak Abah," formed through the social media account @HaveAniesDay on X, uses digital technology to support the political campaign of presidential and vice-presidential candidates Anies Baswedan and Muhaimin Iskandar in the 2024 elections. Using a virtual ethnography approach, the research examines interactions, communication, and digital activism within the community. The study finds that the community uses features on X, such as Spaces, replies, and quote tweets, to share information, raise political awareness, and gather support. They also use creative strategies inspired by popular culture, like K-pop elements, to engage younger audiences. The community promotes positive campaigning without attacking others, creating an inclusive and constructive discussion space. This research highlights the role of social media in modern political campaigns and the importance of digital collaboration in building broad and organized support.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2025-01-10 Direvisi: 2025-02-20 Dipublikasi: 2025-03-02 Kata kunci: <i>Etnografi Virtual;</i> <i>X;</i> <i>Komunitas Anak Abah.</i>	Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana komunitas virtual "Anak Abah," yang terbentuk melalui akun media sosial @HaveAniesDay di X, menggunakan teknologi digital dalam mendukung aktivitas politik pasangan calon presiden dan wakil presiden Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar pada Pemilu 2024. Dengan pendekatan etnografi virtual, penelitian ini mengamati interaksi, komunikasi, dan pola aktivisme digital yang terjadi di dalam komunitas tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunitas ini memanfaatkan fitur-fitur X, seperti Space, reply, dan quote tweet, untuk menyebarkan informasi, meningkatkan kesadaran politik, serta memobilisasi dukungan. Strategi yang dilakukan komunitas melibatkan pendekatan kreatif berbasis budaya populer, seperti elemen K-pop, untuk menarik minat generasi muda. Selain itu, komunitas juga menerapkan prinsip kampanye sehat tanpa menjatuhkan pihak lain, sehingga menciptakan ruang diskusi yang inklusif dan kondusif. Penelitian ini memberikan wawasan tentang peran media sosial dalam komunikasi politik modern, serta pentingnya kolaborasi digital dalam membangun dukungan politik yang luas dan terorganisasi.

I. PENDAHULUAN

Pemilihan umum Presiden dan Wakil Presiden Indonesia tahun 2024 menjadi salah satu momen penting dalam sejarah politik Indonesia. Pasangan calon Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar (Anies-Imin), yang mendapatkan nomor urut 1 berdasarkan hasil undian KPU, menarik perhatian luas masyarakat. Anies Baswedan, yang sebelumnya menjabat sebagai Menteri Pendidikan dan Kebudayaan serta Gubernur DKI Jakarta, telah membangun citra positif melalui komunikasi digital yang strategis, sebagaimana ditemukan dalam penelitian sebelumnya tentang komunikasi politik digitalnya.

Kampanye politik, sebagaimana didefinisikan oleh Rogers dan Storey (Ruslan, 2008), adalah serangkaian kegiatan komunikasi yang bertujuan menciptakan dampak tertentu pada audiens

dalam periode tertentu. Dalam era modern, kampanye politik semakin banyak memanfaatkan media digital, khususnya media sosial, untuk menjangkau masyarakat secara lebih luas dan efektif. Media sosial, seperti platform X (sebelumnya dikenal sebagai Twitter), telah menjadi saluran utama dalam komunikasi politik, memungkinkan dialog langsung antara politisi dan masyarakat. Platform ini juga memfasilitasi penyebaran informasi secara cepat dan interaktif, menjadikannya alat yang esensial dalam strategi kampanye modern (Suwarno, 2022).

Fenomena unik yang muncul selama masa kampanye Anies-Imin adalah keberadaan akun media sosial seperti @haveaniesday dan @aniesbubble, yang dikelola secara mandiri oleh pendukungnya. Akun-akun ini mengadopsi gaya

komunikasi penggemar K-pop, seperti penggunaan nama panggilan "Park Ahn Nies" dan "Cha I Min," serta simbol-simbol populer seperti lightstick dan merchandise. Strategi ini memanfaatkan tren budaya populer untuk menarik perhatian segmen pemilih muda yang aktif di media sosial.

Dalam konteks ini, penelitian ini menggunakan metode etnografi virtual untuk mengeksplorasi bagaimana akun-akun pendukung Anies-Imin, khususnya @haveaniesday, berperan dalam membangun komunitas digital yang aktif. Dengan melibatkan pendekatan pengamatan partisipatif di platform X, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana komunikasi politik berbasis budaya populer dapat memengaruhi dinamika dukungan politik di Indonesia.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan etnografi virtual yang dikembangkan oleh Christine Hine. Metode ini cocok untuk mengeksplorasi fenomena budaya dan interaksi sosial dalam lingkungan digital, terutama pada media sosial seperti X. Peneliti terlibat secara langsung dalam pengamatan partisipatif, mengumpulkan data melalui interaksi dengan pengguna akun @haveaniesday. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam bagaimana interaksi virtual mendukung pembentukan identitas politik dan penggalangan dukungan pada komunitas pendukung Anies-Imin.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum @HaveAniesDay

Akun @haveaniesday bermula sebagai akun kedua dari @aniesbubble yang dikelola oleh Abel dan tim. Akun ini bentuk dukungan kepada pasangan calon 01 untuk menjangkau masyarakat lebih luas dengan pembawaan yang lebih santai. Abel, yang memiliki latar belakang sebagai penggemar budaya K-pop, memanfaatkan pengalamannya dalam mengelola akun penggemar idol untuk menciptakan ruang digital yang mendukung pasangan Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar. Akun ini berhasil menarik perhatian melalui strategi komunikasi kreatif, seperti penggunaan hashtag #HaveAniesDay dan elemen-elemen budaya populer Korea. Dengan memanfaatkan fitur-fitur X seperti *quote tweet*, *space*, dan *engagement analytics*, akun ini mampu

menjangkau dan memobilisasi pendukung muda secara efektif.

Inovasi lainnya adalah peluncuran situs haveaniesday.com yang dirancang untuk menarik generasi muda agar terlibat dalam diskusi politik. Situs ini menampilkan informasi mengenai rekam jejak, visi-misi, dan jadwal kampanye pasangan Anies-Imin dalam format yang interaktif dan menarik, seperti board game dan elemen visual simbolik. Selain itu, situs ini juga menyisipkan elemen personal seperti informasi mengenai kucing peliharaan Anies dan rekomendasi buku bacaan, yang semakin memperkuat daya tariknya. Pendekatan ini menunjukkan bagaimana kombinasi kreativitas dan teknologi dapat digunakan untuk membangun dukungan politik yang lebih luas dan partisipatif.

B. Media X sebagai Sebagai Alat Komunikasi Virtual @HaveAniesDay

Media sosial X, sebelumnya dikenal sebagai Twitter, menjadi salah satu platform utama dalam komunikasi politik selama pemilu 2024. Media ini menyediakan ruang bagi komunitas digital untuk berkembang, seperti komunitas pendukung Anies-Imin yang dikenal dengan nama "anak abah." Berdasarkan analisis tiga lapisan perhatian masyarakat terhadap politik menurut Almond dan Verba, interaksi dalam komunitas ini terutama melibatkan Leadership Public dan Attentive Public. Leadership Public mencakup aktor-aktor politik yang aktif memengaruhi opini publik, sementara Attentive Public terdiri dari masyarakat yang memiliki minat tinggi terhadap isu kebijakan umum dan menyuarakan opini mereka melalui media sosial. Kombinasi dari kedua lapisan ini menciptakan diskusi dinamis yang mendukung kampanye pasangan calon Anies-Imin. Media sosial X memfasilitasi interaksi ini melalui fitur-fitur seperti *retweet*, *quote tweet*, dan *space*, yang memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi dan berpartisipasi dalam diskusi secara real-time maupun asinkron.

Fitur-fitur media sosial X juga memungkinkan personalisasi pengalaman pengguna, seperti dalam pembuatan akun dan pengaturan profil. Komunitas anak abah memanfaatkan fleksibilitas ini untuk menciptakan identitas digital yang beragam, dari fan account hingga akun pribadi. Pemanfaatan teknologi oleh akun seperti @haveaniesday

menunjukkan bagaimana media sosial dapat digunakan untuk menyebarkan konten politik secara efektif. Akun ini tidak hanya menjadi pusat informasi dan dukungan, tetapi juga berperan sebagai katalisator yang menghubungkan individu-individu dengan kepentingan dan tujuan yang sama. Interaksi yang terjadi, baik sinkron melalui fitur space maupun asinkron melalui reply dan quote tweet, mencerminkan pola komunikasi yang kompleks dan saling memengaruhi dalam membangun solidaritas politik di ranah digital.

C. Bentuk Dukungan @HaveAniesDay Pada Pasangan Anies-Imin

Pada level media archive, penelitian ini menemukan bahwa akun @HaveAniesDay memanfaatkan teks dan visual untuk mendukung pasangan Anies-Imin dalam Pemilu 2024. Akun ini menghasilkan berbagai konten kreatif, seperti website berisi portofolio pasangan calon, program kerja, serta visi misi yang didesain dalam bentuk kartun, sehingga lebih menarik bagi masyarakat, terutama generasi muda. Selain itu, penggunaan fitur media sosial seperti hashtag berhasil memperluas jangkauan cuitan hingga menjadi trending. Interaksi dalam komunitas "Anak Abah" juga memperlihatkan adanya bahasa dan simbol unik yang hanya dimengerti oleh anggota komunitas, seperti istilah "Park Ahn Nies" dan "Cha Im Min" untuk menyebut Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar, serta penggunaan emoji sebagai identitas tim pendukung. Strategi ini menunjukkan bagaimana komunitas tersebut mengadopsi budaya fandom K-pop untuk menciptakan pendekatan kampanye yang lebih interaktif dan familiar bagi pengikutnya.

Aktivitas digital yang dilakukan oleh komunitas "Anak Abah" mencakup tiga aspek utama dalam digital activism: awareness, organization, dan action/reaction. Dalam aspek awareness, komunitas ini secara aktif menyebarkan informasi terkait program kerja dan jadwal kegiatan pasangan calon melalui unggahan media sosial dan live report acara. Pada aspek organization, akun @HaveAniesDay memobilisasi dukungan dengan mendorong pengunggahan konten, membuat merchandise, dan memanfaatkan hashtag untuk meningkatkan partisipasi publik. Adapun dalam aspek action/reaction,

daya tarik komunitas dibangun melalui strategi pendekatan kreatif seperti pembuatan website dan merchandise yang tidak terafiliasi langsung dengan partai politik. Hasilnya, program kerja pasangan calon Anies-Imin dapat diakses secara luas, membangun identitas komunitas yang kuat, dan meningkatkan solidaritas antarpengukung, yang secara keseluruhan memperlihatkan efektivitas media sosial dalam membangun dukungan politik modern.

D. Interaksi Virtual Komunitas Anak Abah dan @HaveAniesDay

Pada level media object, penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi dan aktivitas komunitas "Anak Abah" di akun @HaveAniesDay memanfaatkan kesamaan minat anggota terhadap budaya fandom K-pop untuk menciptakan kampanye politik yang lebih inklusif. Adaptasi pendekatan ini membuat isu politik yang kaku menjadi lebih mudah dipahami oleh generasi muda melalui penggunaan bahasa, simbol, dan visual yang akrab. Website haveaniesday.com, yang dirancang dengan desain kreatif, menjadi salah satu elemen penting yang menarik perhatian anggota komunitas, terutama yang memiliki latar belakang kreatif. Interaksi yang dilakukan mencakup penggunaan teks, visual, dan fitur media sosial seperti Space untuk membahas program kerja pasangan calon Anies-Imin secara kolaboratif. Nilai-nilai seperti kerja sama, demokrasi, dan akurasi informasi tercermin dalam kegiatan komunitas, termasuk live report acara kampanye seperti debat dan program Desak Anies.

Komunitas ini memenuhi empat faktor utama dalam teori komunitas virtual, yaitu konflik, kerja sama, kontrol, dan identitas. Gesekan dengan pendukung pasangan calon lain diatasi melalui seruan kampanye positif tanpa menggunakan black campaign atau menyebarkan hoaks. Aturan dan kesepakatan internal ditetapkan untuk menjaga fokus pada tujuan utama mendukung pasangan Anies-Imin secara sehat dan cerdas. Identitas anggota komunitas sebagian besar ditampilkan melalui akun maya, memungkinkan mereka mengekspresikan diri secara bebas tanpa mengungkapkan identitas asli. Kombinasi strategi komunikasi kreatif, kerja sama komunitas, dan kontrol internal berhasil menciptakan ruang diskusi yang produktif dan

memperkuat dukungan untuk pasangan calon 01 pada Pemilu 2024.

E. Pengalaman Komunitas Anak Abah Sebagai Simpatisan Melalui Media X

Komunitas anak abah yang mendukung pasangan Anies-Imin menunjukkan dinamika interaksi yang menarik di media sosial X. Komunitas ini terbentuk secara organik tanpa struktur hierarki formal, diinisiasi oleh individu seperti Abel yang percaya bahwa semangat perubahan akan terus hidup melalui inisiatif para anggotanya. Anggota komunitas sering mengunjungi akun @HaveAniesDay untuk mendapatkan pembaruan kegiatan, membaca cuitan lucu, dan berdiskusi tentang program kerja pasangan calon. Rata-rata anggota komunitas mengakses akun ini 2–3 kali sehari untuk mengikuti perkembangan terbaru, terutama update terkait program kerja yang menjadi topik diskusi favorit. Interaksi yang terjalin cenderung positif, dengan anggota komunitas merasa mendapatkan pengetahuan baru dan kesenangan dari diskusi yang berlangsung santai namun informatif.

Meskipun jarang terjadi konflik, beberapa isu muncul terkait fanatisme atau unggahan yang dianggap berlebihan, seperti penggunaan identitas idol K-pop yang tidak relevan. Konflik tersebut biasanya diselesaikan secara baik melalui pengingat internal, untuk menjaga citra baik pasangan calon. Sebagai platform komunikasi, media sosial X menyediakan fitur seperti retweet dan quote tweet yang memudahkan penyebaran informasi dan menambah konteks diskusi. Interaksi di komunitas ini tidak hanya mempererat solidaritas di antara anggotanya, tetapi juga memotivasi generasi muda untuk lebih peduli terhadap isu politik. Dengan pendekatan yang kreatif dan relevan, komunitas anak abah berhasil memanfaatkan media sosial sebagai ruang untuk kolaborasi dan penggalangan dukungan politik.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil pengamatan dengan metode observasi partisipatif, wawancara, dan dokumentasi menggunakan pendekatan etnografi virtual, ditemukan interaksi sosial virtual yang signifikan antara akun @HaveAniesDay dan pengikutnya, yaitu komunitas Anak Abah. Interaksi tersebut

terbagi ke dalam empat level sesuai pendekatan etnografi virtual menurut Nasrullah (2017). Akun ini berperan sebagai pusat aktivitas komunitas, memanfaatkan fitur-fitur media sosial X seperti retweet, quote tweet, dan Space untuk menyampaikan informasi, meningkatkan kesadaran politik, serta memobilisasi dukungan bagi pasangan calon presiden dan wakil presiden Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar pada Pemilu 2024. Aktivitas ini menunjukkan bagaimana media sosial dapat menjadi alat strategis dalam mendukung gerakan politik modern melalui kolaborasi virtual yang efektif.

Keunikan komunitas Anak Abah terletak pada adopsi elemen budaya populer, khususnya budaya K-pop, yang digunakan untuk menarik perhatian generasi muda. Simbol-simbol khas seperti istilah "Park Ahn Nies" dan "Cha Im Min" serta strategi visual yang terinspirasi tren populer digunakan untuk memperkuat daya tarik kampanye. Strategi ini tidak hanya meningkatkan jangkauan konten tetapi juga menciptakan komunikasi politik yang lebih inklusif dan relevan bagi segmen pemilih muda. Pendekatan ini memungkinkan komunitas untuk tetap fokus pada narasi kampanye yang positif, menghindari serangan negatif terhadap kandidat lain, sekaligus menciptakan ruang diskusi yang kondusif.

Selain itu, akun @HaveAniesDay berfungsi sebagai alat koordinasi untuk berbagai kegiatan komunitas, baik daring maupun luring. Anggota komunitas memanfaatkan media sosial untuk berbagi informasi, merencanakan aksi offline, dan membangun kerja sama antaranggota. Wawancara dengan anggota komunitas menunjukkan bahwa mereka merasa terinspirasi dan didukung oleh kegiatan yang dilakukan, menekankan pentingnya media sosial dalam memperkuat hubungan sosial. Aktivitas komunitas Anak Abah ini menunjukkan bagaimana teknologi digital dapat digunakan secara strategis untuk membangun partisipasi politik yang luas, menciptakan perubahan sosial-politik yang kreatif, inklusif, dan berkelanjutan.

B. Saran

Penelitian lebih lanjut perlu dilakukan terhadap akun-akun serupa yang menjalankan gerakan sejenis di media sosial untuk mengidentifikasi strategi lain yang dapat diterapkan dalam kegiatan kampanye politik. Hal ini penting untuk memahami bagaimana

berbagai pendekatan digital dapat memengaruhi keterlibatan masyarakat, khususnya dalam mendukung kandidat tertentu. Selain itu, partai politik juga perlu mempertimbangkan pendekatan kampanye yang lebih fleksibel dan kreatif guna menarik perhatian generasi muda. Dengan memanfaatkan bahasa, format, dan platform yang relevan bagi mereka, partai politik dapat mendorong partisipasi aktif generasi muda dalam proses politik dan memperkuat keterlibatan mereka dalam demokrasi.

DAFTAR RUJUKAN

- Alvin, S., & Kom, S. I. (2022). *Komunikasi Politik Di Era Digital: Dari Big Data, Influencer Relations & Kekuatan Selebriti, Hingga Politik Tawa*. Deepublish.
- Boestam, A. B., Prakosa, A., & Avianto, B. N. (2023). Upaya Partai Politik Dalam Memanfaatkan Demokrasi Virtual Di Era Digital. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(1), 1-17.
- Cope, E. M., & Sandys, J. E. (Eds.). (2010). *Aristotle: rhetoric* (Vol. 2). Cambridge University Press.
- Chibita, M. B. (2016). *Digital Activism In Uganda*. Palgrave Macmillan, Cham.
- Devi, W. (2023). *STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL TERHADAP PRAKTIK MARKETING PADA AKUN INSTAGRAM@ JUBAHAKHWAT* (Doctoral dissertation, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri).
- Dhika Pratama, Teguh Widodo, & Siti Tiara Maulia. (2023). Penggunaan Media Digital Dan Partisipasi Politik Milenial. *Civilia: Jurnal Kajian Hukum Dan Pendidikan Kewarganegaraan*, 2(1), 79-89. <https://doi.org/10.572349/Civilia.V2i2.280>
- Fadiyah, P. (Unikom). (2021). Bab 2 Teori New Media. 23.
- Fara Hasna Arifah, & Yuli Candrasari. (2022). Pola Komunikasi Virtual Dalam Komunitas Games Online: (Studi Netnografi Pada Komunitas Facebook Genshin Impact Indonesia Official). *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 2(2), 55-66. <https://doi.org/10.55606/Juitik.V2i2.206>
- Fatimah, S. (2018). Kampanye Sebagai Komunikasi Politik. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 1(1), 5-16.
- Handaka, T. *Analisis Data*. Buku Pendamping Bimbingan Skripsi, 137.
- Hudhriah, S., Rahman, A. M., Rayhansyah, A., & Nisa, P. K. (2024). Peran Komunikasi Virtual Sebagai Metode Pembelajaran Jarak Jauh. *Aksioma: Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi*, 1(5), 231-242.
- Ida, R. (2018). *Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data Dan Metode Penelitian*. *The Journal Of Society And Media*, 2(2), 130-145.
- Indrawan, J., & Ilmar, A. (2020). Kehadiran Media Baru (New Media) Dalam Proses Komunikasi Politik. *Medium*, 8(1), 1-17.
- Joyce, M. C. (2010). *Digital Activism Decoded: The New Mechanics Of Change*. Idea.
- Liana (2018) *Tingkat Kemampuan Literasi Media Masyarakat Pulau Rupat Kabupaten Bengkalis*. Skripsi Thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Mayasari, F. (2022). *Etnografi Virtual Fenomena Cancel Culture Dan Partisipasi Pengguna Media Terhadap Tokoh Publik Di Media Sosial*. *Journal Of Communication And Society*, 1(01), 27-44.
- Merinda, N., Abidin, Z., & Rifai, M. (2024). Identitas Budaya Pada Pemain Game Online "Sky Children Of The Light": Pendekatan Etnografi Virtual. *Da'watuna: Journal Of Communication And Islamic Broadcasting*, 4(2), 920-927.
- Morissan, *Teori Komunikasi Massa*, (Penerbit Ghalia Indonesia, 2013)
- Muslimin, K. (2019). *Buku Ajar Komunikasi Politik*. Unisnu Press.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nasrullah, R. (2017) *Etnografi Virtual; Riset Komunikasi Budaya, dan Sosioteknologi di Internet*,

- Neumaier, A. (2021). Digital Ethnography. In *The Routledge Handbook Of Research Methods In The Study Of Religion* (Pp. 217-228). Routledge.
- Poetri, M. R., Ranteallo, I. C., & Zuryani, N. (2015). Perilaku Konsumtif Remaja Perempuan Terhadap Trend Fashion Korea Di Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmiah Sosiologi*, 1(3), 1-12.
- Prisca Alen, N. (2023). Transformasi Media Sosial Dalam Kompetensi Komunikasi Politik. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 5101-5109. <https://doi.org/10.31004/Innovative.V3i6.6448>
- Putri, K. A. (2019). Gaya Hidup Generasi Z Sebagai Penggemar Fanatik Korean Wave (Doctoral Dissertation, Fakultas Ilmu Budaya).
- Richard West, L. H. T. (2017). Pengantar Teori Komunikasi: Analisis Dan Aplikasi Buku 2.
- Ruslan. 2008. Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi. Jakarta. Pt Raja Grafindo Persada. Hal 23
- Salsabila, A., & Claretta, D. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Pada Akun Komunitas@ Discite. Institute Sebagai Media Pengembangan Diri (Studi Etnografi Virtual Pada Akun Tiktok Komunitas@ Discite. Institute). Nusantara: *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(7), 3320-3329.
- Shahreza, M. (2018, June 22). Proses Dan Elemen-Elemen Komunikasi Politik. <https://doi.org/10.31227/Osf.io/9zh46>
- Stanley J. Baran, Dennis K. Davis, Teori Komunikasi Massa Edisi 5, (Jakarta: Salemba Humanika, 2018), 298-299
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, Penerbit Alfabeta, Bandung
- Webb, L. M., & Lee, B. S. (2011). Chapter Fifteen Mommy Blogs: The Centrality Of Community In The Performance Of Online Maternity Lynne M. Webb And Brittney S. Lee. *Motherhood Online*, 244.
- Widada, C. K. (2018). Mengambil Manfaat Media Sosial Dalam Pengembangan Layanan. *Journal Of Documentation And Information Science*, 2(1), 23-30.
- Zulkhairi, Z., Arneliwati, A., & Nurchayati, S. (2018). Studi Deskriptif Kualitatif: Persepsi Remaja Terhadap Perilaku Menyimpang. *Jurnal Ners Indonesia*, 8(2), 145-157.