

PENGELOLAAN ETIKA PESAN AKUN @LAMBE_TURAH DALAM KEHIDUPAN ARTIS

Chitra Ayu Nadya
Universitas Mercu Buana
chitraayunadya@gmail.com

Abstract. Instagram is a social media that is becoming a new industry. This is widely used by the community, no longer to find out about news out there, but often Instagram is used for business matters, so the message conveyed must also use good ethics. This study aims to determine the ethical management of messages carried out by @Lambe_Turah on Instagram in the artist's life. Using Max Weber's theory of social action, this study use a constructivist paradigm with a case study method. The researcher used in-depth interviews with one informant of social media expert in Indonesia and observes Instagram @Lambe_Turah content itself, such as content of feed, instagram story and also comments from public in form documentation. Technical analysis with data reduction, data display, and verification. Triangulation source is data validity checking techniques of this study. The results showed that the ethics in social media were being violated by @Lambe Turah as well as the main conflicts that made this account viral. The suggestion is to remain consistent in the content and be able to develop even more in the entertainment industry, stick to the existing ethical lines in Indonesia and have representatives of legal entities in order to avoid legal cases in the future. The next researcher can compare the management of anonymous accounts such as @Lambe_Turah or can research other communication theories on the @Lambe_Turah account.

Key words: Instagram, Social Media, Ethics, Social Action, Artist.

Abstrak. Instagram merupakan media sosial yang sedang menjadi industri baru. Hal ini banyak dimanfaatkan oleh masyarakat, tidak lagi untuk mengetahui berita-berita yang ada di luar sana, tetapi seringkali Instagram digunakan untuk urusan bisnis, sehingga pesan yang disampaikan juga harus menggunakan etika yang baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan etika pesan yang dilakukan @Lambe_Turah di Instagram nya dalam kehidupan artis. Menggunakan teori tindakan sosial Max Weber, penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan metode studi kasus. Peneliti menggunakan wawancara mendalam dengan salah satu informan ahli media sosial di Indonesia dan mengamati konten Instagram @Lambe_Turah itu sendiri, seperti konten home feed, Instagram Story dan juga komentar dari masyarakat dalam bentuk dokumentasi. Analisis teknis dengan reduksi data, tampilan data, dan verifikasi. Triangulasi sumber adalah teknik pemeriksaan keabsahan data penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan etika dalam media sosial yang dilanggar oleh @Lambe Turah serta konflik utama yang membuat akun ini viral. Sarannya adalah untuk dapat menjadi pembelajaran bagi para pengelola akun @Lambe_Turah agar tetap konsisten pada kontennya dan dapat mengembangkan lebih besar lagi di industri entertainment, tetap pada jalur etika yang ada di Indonesia dan memiliki perwakilan badan hukum yang legal, agar menghindari kasus hukum di kemudian hari. Peneliti selanjutnya dapat membandingkan pengelolaan akun anonim seperti @Lambe_Turah atau bisa meneliti teori- teori komunikasi lainnya di akun @Lambe_Turah.

Kata Kunci: Instagram, Media Sosial, Etika, Tindakan Sosial, Artis.

PENDAHULUAN

Media elektronik ini sudah mudah diaksesnya melalui smartphone, yang kita ketahui smartphone adalah sistem komunikasi berbentuk ponsel genggam yang mengenal adanya

internet dan fitur-fitur teknologi canggih lainnya. Internet salah satu wujud perpaduan arus komunikasi dengan perkembangan teknologi. Lahirnya internet ini, tercipta juga media sosial seperti contoh salah satunya adalah Instagram

Jumlah pengguna Instagram tembus 1 miliar per Juni 2018 mengacu pada jumlah pengguna aktif bulanan alias monthly active user (MAU) di dalamnya termasuk akun anonim penyebar informasi privasi selebriti tanah air (publik figur), akun publik figur, akun selebgram (selebriti Instagram), akun bisnis, akun perusahaan, dan akun pribadi seseorang. Akun-akun yang disebutkan di atas menggunakan Instagram sebagai media untuk berkomunikasi dan juga mengunggah dokumentasi pribadi mereka yang up to date melalui akun Instagram nya sebagai bentuk informasi terhadap publik.

Instagram sering dimanfaatkan masyarakat, tidak hanya untuk mencari berita atau informasi, namun kerap kali Instagram digunakan untuk hal bisnis, sehingga pesan yang disampaikan pun harus menggunakan etika yang baik. Seperti para penjual toko online dan juga content creator. Mereka menggunakan Instagramnya rata-rata dengan pola komunikasi yang sudah tertata dan etika yang baik karena mereka dilihat dan dinilai oleh pihak brand baik dalam maupun luar negeri. Salah satu contoh adalah instagram pasangan selebriti Raffi Ahmad dan Nagita Slavina. Instagram mereka penuh dengan hal promosi suatu merk makanan dan masih banyak lagi. Sekarang ini mereka jauh dari terpaan gossip miring, dan banyak sekali merk yang mereka promosikan. Menjadi salah satu "Brand Ambassador", maka mereka harus konsisten menjaga etika dalam gerak kehidupannya sehingga mereka dapat menjaga nama baik suatu brand tersebut.

Etika berasal dari kata Yunani yang terdiri dari dua kata yaitu Ethos dan ethikos. Ethos berarti sifat, watak kebiasaan, tempat yang biasa. Ethikos berarti susila, keadaban, kelakuan dan perbuatan yang baik (Bagus, 2000). Etika dalam komunikasi sangat penting, mengingat tugas komunikasi yang efektif tidak hanya menuntut pesan yang sampai secara baik saja, namun adanya perubahan perilaku pada komunikan setelah melakukan komunikasi. Untuk itu dibutuhkan teknik atau etika berkomunikasi yang baik dan benar. Dengan memerhatikan sejumlah aspek, misalnya usia, budaya, situasi, latar belakang dan sebagainya.

Mengacu pada teori tindakan sosial Max Weber, peneliti melihat akun Instagram @Lambe_Turah dapat diamati dan diketahui keempat tindakan sosial dari Max Weber. Budaya masyarakat Indonesia dikenal dengan suka bergunjing, dan dengan adanya @Lambe_Turah, kecanduan bergunjing atau rasa keingintahuan terhadap kehidupan artis dapat terbayarkan dengan adanya akun tersebut. Tidak dipungkiri followers Lambe Turah sudah mencapai 8,5 juta. Peneliti mengambil subyek penelitian yaitu Instagram @Lambe_Turah, karena akun ini merupakan akun anonim pertama yang ada di Indonesia dan merupakan pelopor akun anonim lainnya yang mengetahui informasi mengenai rahasia selebritis dan menyebarkannya ke publik melalui Instagram nya.

Akun @Lambe_Turah mempunyai konten isu yang tidak rasional namun mempunyai jutaan followers sehingga menarik untuk diteliti. Sehingga peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian dengan judul Pengelolaan Etika Pesan Akun @Lambe_Turah dalam Kehidupan Artis.

KAJIAN TEORI

Etika. Etika merupakan nilai-nilai dan norma-norma moral, yang menjadi pegangan bagi seorang atau suatu kelompok dalam mengatur perilaku. Definisi etika dibedakan menjadi tiga, yakni (1) nilai dan norma moral yang menjadi pegangan bagi seseorang atau sekelompok orang dalam mengatur tingkah lakunya, (2) kumpulan asas atau nilai moral atau kode etik, (3) ilmu yang mempelajari baik atau buruk (Bertens, 2013).

Etika komunikasi adalah norma, nilai, atau ukuran tingkah laku baik dalam kegiatan komunikasi di suatu sekumpulan orang atau masyarakat. Etika dalam berkomunikasi tidak

hanya berkaitan dengan tutur kata sopan, namun dengan landasan dari niat hati yang tulus, baik, tenang dan juga sabar.

Terdapat dua macam etika yang harus kita pahami bersama dalam menentukan baik atau buruknya perilaku manusia, menurut Keraf (2009:20- 21), adalah sebagai berikut:

Etika Deskriptif. Etika yang berusaha meneropong secara kritis dan rasional sikap dan perilaku manusia dan apa yang dikejar oleh manusia dalam hidup ini sebagai sesuatu yang bernilai. Etika deskriptif memberikan fakta sebagai dasar untuk mengambil keputusan tentang perilaku atau sikap yang mau diambil.

Dapat disimpulkan bahwa tentang kenyataan dalam penghayatan nilai atau tanpa nilai dalam suatu masyarakat yang dikaitkan dengan kondisi tertentu memungkinkan manusia dapat bertindak secara etis.

Etika Normatif. Etika yang menetapkan berbagai sikap dan perilaku yang ideal dan seharusnya dimiliki oleh manusia atau apa yang seharusnya dijalankan oleh manusia dan tindakan apa yang bernilai dalam hidup ini.

Kesimpulannya, etika normatif merupakan norma-norma yang dapat menuntun agar manusia bertindak secara baik dan menghindarkan hal-hal yang buruk, sesuai dengan kaidah atau norma yang disepakati dan berlaku di masyarakat.

Instagram. Pada awalnya aplikasi Instagram yang dulunya masih bernama Burbn didirikan oleh suatu perusahaan yang bernama Burbn Inc. dan dipelopori oleh kedua CEO mereka yakni Mike Krieger dan Kevin Systrom pada tahun 2010 (Wikipedia, 2018). Instagram merupakan suatu aplikasi sosial media yang berbasis android untuk Smartphone, iOS untuk iPhone, Blackberry, Windows Phone dan bahkan yang terbaru saat ini juga bisa dijalankan di komputer atau PC Anda. Namun untuk penggunaan di dalam komputer tidak akan bisa sama sepenuhnya dengan yang ada pada perangkat mobile phone anda. Pada umumnya orang - orang menggunakan Instagram untuk saling membagikan foto maupun video. Prinsip yang satu ini memang cenderung berbeda dengan aplikasi media sosial lainnya yang lebih menekankan pada penggunaan kata kata atau status untuk dibagikan ke publik.

Instagram mempunyai banyak manfaat. Instagram pribadi Anda dapat dirubah menjadi akun bisnis yang tentunya tertera kontak informasi Anda dan Rate Card untuk melakukan Paid Promote pada konten Instagram nya. Tentunya pemilihan akun bisnis Instagram sangat bergantung pada konten yang ditampilkan dari akun Instagram itu sendiri juga jumlah pengikut akun. Semakin banyak pengikut, semakin banyak juga brand atau online shop yang ikut “berinvestasi” pada akun tersebut.

Tindakan Sosial Menurut Max Weber. Max Weber mengemukakan empat tipe tindakan sosial, yaitu antara lain: 1. Tindakan rasional instrumental (zweckrational)

Tindakan ini disebut juga tindakan instrumental bertujuan. Kata ”rasional” mengandung makna implisit logis dan instrumental untuk mencapai tujuan. Artinya tindakan sosial dilakukan dengan pertimbangan untuk mencapai tujuan yang sudah dipikirkan sebelumnya.

Contohnya, seorang mahasiswa yang mencari predikat cum laude akan lebih rajin masuk kuliah dan memilih banyak membaca jurnal ataupun buku ilmu pengetahuan ketimbang bermain bersama teman-teman hingga malam hari.

Tindakan rasional nilai (werk rational). Tindakan ini dilakukan dengan pertimbangan nilai. Artinya individu yang bertindak mengutamakan apa yang dianggap baik, lumrah, wajar atau benar dalam masyarakat di atas tujuan individual. Apa yang dianggap baik bisa bersumber dari etika, agama, atau bentuk sumber nilai lain.

Contohnya, jika seorang anak makan bersama orang tuanya, akan lebih dulu

mempersilahkan orang tua yang mengambil makanan duluan, sebagai bentuk hormat kepada orang yang lebih tua.

Tindakan afektif. Tipe tindakan ini didasarkan atas keterlekatan emosional. Emosional dalam hal ini berbeda dengan rasional. Pertimbangan emosional meliputi hal-hal yang berkaitan dengan perasaan, seperti sedih, cinta, empati, marah, kasihan, simpati, bahagia dan lain-lain. Aspek emosional yang muncul merupakan reaksi spontan atas apa yang dialaminya. Perbedaannya, apabila rasional melibatkan pertimbangan mendalam, emosional cenderung lebih spontan.

Contohnya, seseorang tertawa saat menonton acara komedi. 4. Tindakan tradisional
Tipe tindakan ini berkaitan dengan tradisi atau adat istiadat masyarakat. Biasanya tindakan tradisional dilakukan tanpa direncanakan. Tujuan dan cara melakukannya repetitif atau mengulang apa yang biasa dilakukan.

Contohnya, umat kristiani pergi beribadah ke Gereja setiap hari Minggu.

Isi Pesan. Media sosial juga mendukung adanya tukar pesan dalam masing-masing aplikasinya. Peneliti mengambil contoh media sosial Instagram @Lambe_Turah. Isi pesan yang terdapat dalam akun Instagram nya sangat beragam. Isi pesan yang dapat dilihat oleh publik yaitu postingan konten, postingan Instagram Story dan juga kolom komentar. Bagian kolom komentar menarik perhatian Peneliti karena banyaknya pesan yang beragam dari netizen yang berbeda juga.

METODE

Objek Penelitian dalam Penelitian ini adalah konten, wacana, teks, bahasa, caption, Instagram Story pada Instagram @Lambe_Turah. Subjek penelitiannya adalah artis yang diberitakan kehidupannya di dalam akun @Lambe_Turah dan juga netizen yang berkomentar di kolom konten @Lambe_Turah. Akun @Lambe_Turah merupakan akun anonim di media sosial Instagram yang mengisi kontennya dengan seputar kehidupan artis Indonesia, yang berbau gossip ataupun fakta. Kini @Lambe_Turah mengkonfirmasi akunnya sebagai perusahaan media yang dikelola oleh manajemen artis yaitu PM Management. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivis. Paradigma ini memandang bahwa kenyataan itu hasil konstruksi atau bentukan dari manusia itu sendiri. Metode penelitian studi kasus karena peneliti menganalisa melalui media sosial Instagram berupa data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Penelitian studi kasus harus mengumpulkan bukti-bukti dari berbagai sumber baik melalui dokumentasi, observasi dan wawancara. Penelitian studi kasus ini diawali oleh investigasi yang sangat mendalam dan mendetail pada akun @Lambe_Turah, guna mengeksplor dari berbagai penyebab banyak prinsip-prinsip yang sangat mendasari. Peneliti mengamati dalam waktu periode tiga sampai enam bulan di tahun 2018. Data primer di dapat dari dokumentasi seperti screenshot dari konten Instagram @Lambe_Turah serta berita dari media massa. Data primer ini antara lain; postingan konten mengenai artis yang di unggah oleh @Lambe_Turah. Selain itu, caption atau keterangan foto yang dibuat oleh @Lambe_Turah. teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah observasi, dokumentasi dan wawancara. Teknik Analisis data pada penelitian ini dengan cara mengamati dan menganalisa konten-konten yang diunggah oleh akun @Lambe_Turah di akun Instagram nya. Setelah data diperoleh kemudian disimpulkan hasilnya untuk menjadi bahan evaluasi dalam meningkatkan konten-konten lainnya atau cara pengelolaan yang lebih baik dari akun anonim tersebut.

Untuk menguji keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi metode untuk menyamakan hasil data. Beberapa metode yang digunakan untuk mencari data yaitu berupa observasi langsung di halaman Instagram @Lambe_Turah, hasil wawancara Narasumber dan

dokumentasi seperti screenshot konten-konten yang terdapat di @Lambe_Turah, serta di media massa mengenai unggahan @Lambe_Turah. Peneliti mencocokkan kembali dari video wawancara salah satu admin @Lambe_Turah dengan Youtuber Atta Halilintar yang terdapat di media massa dengan data yang diperoleh dari instagram @Lambe_Turah yang peneliti amati langsung

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagaimana Pengelolaan Etika Pesan Akun @Lambe_Turah dalam Kehidupan Artis?

Konten yang diunggah oleh admin @Lambe_Turah merupakan kehidupan privasi artis ibukota. Keterangan foto pada konten menentukan ciri khas dari akun gossip anonim seperti @Lambe_Turah ini. Hasil penelitian pada akun @Lambe_Turah, ditemukan bahwa Etika pesan yang terdapat dalam akun @Lambe_Turah didasari dengan sebuah konsep nilai jurnalisisme. Kehidupan artis dibuat sebagai nilai berita yang akan dikonsumsi oleh netizen. Konten fenomena yang diunggah, merupakan salah satu cara agar sebuah akun Instagram mendapatkan jumlah followers yang banyak, sehingga netizen mengikuti akun nya dan tertarik untuk melihat konten apa saja yang disajikan oleh @Lambe_Turah.

Tujuan utama dari @Lambe_Turah adalah mencari topik viral mengenai artis agar mendapat banyak perhatian dari followers nya ataupun netizen, sehingga bertambah jumlah followers dan semakin menarik perhatian para online shop atau perusahaan yang ingin beriklan di @Lambe_Turah. Peneliti melihat unggahan konten @Lambe_Turah berpola dalam artian ada jadwal konten mengenai kehidupan artis dan konten iklan dari klien @Lambe_Turah. Audiens dari akun Instagram @Lambe_Turah beragam dari anak remaja hingga dewasa, kebanyakan wanita. Seperti fakta yang ada di Indonesia ini, budaya masyarakat Indonesia gemar bergunjing, sehingga akun ini menjadi candu bagi masyarakat Indonesia.

Konten Konflik. Unggahan dari @Lambe_Turah yang menjadi pusat perhatian followers @Lambe_Turah adalah unggahan yang mempunyai konten terkait orang ketiga dalam hubungan asmara. Adapun konten tersebut yang mengandung konflik yaitu antara lain:

1. Pada rumah tangga Hilda Vitria dan Kriss Hatta, yang menjadi orang ketiga adalah Billy Syahputra. Billy dan Hilda secara terang-terangan mengakui hubungan asmaranya. Kriss Hatta tidak peduli tentang hubungannya namun meminta Hilda untuk bercerai terlebih dahulu secara sah dengan dirinya. Akun @Lambe_Turah mengunggah berita ini dari bulan Februari tahun 2018 hingga Desember 2018.
2. Hubungan asmara Reino Barack dan Luna Maya, yang disebut orang ketiga adalah Syahrini. Kisah cinta 5 (lima) tahun Luna Maya-Reino Barack dikalahkan oleh hubungan singkat Syahrini-Reino selama bulan Agustus tahun 2018 hingga Desember tahun 2018. Konflik yang diangkat menjadi konten di dalam media sosial @Lambe_Turah yaitu unggahan Luna Maya “makan temen lagi hits” hingga unggahan Syahrini dan Reino saat berada di Jepang dan komentar simbol hati berwarna ungu yang saling berbalas antar keduanya.
3. Dalam hubungan rumah tangga Sarita Abdul Mukti dan Faisal Harris, Jedun merupakan orang ketiga nya, namun yang terlibat konflik di media sosial @Lambe_Turah adalah Shafa Harris anak bungsu pasangan Faisal dan Sarita, dengan Jennifer Dunn (Jedun). Setelah viral video Shafa melabrak Jedun di suatu mall, @Lambe_Turah mengangkat konten konflik Shafa serta kakak-kakaknya yang menyindir Jedun di status Instagram Story nya pada saat Jedun ditetapkan menjadi tersangka kasus narkoba pada tahun 2018.

Pengelolaan Etika Pesan Akun @Lambe_Turah dalam Kehidupan Artis. Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan bahwa persamaan konten dari ketiga konflik diatas adalah orang ketiga dalam hubungan seseorang, dimana orang ketiganya mempunyai status seorang public

figur. Akun @Lambe_Turah menggunakan konflik tersebut sebagai suatu konten yang mengundang followers ke dalam akunnya. Ternyata dengan konten yang diunggahnya, sebagai bukti bahwa isu yang disebarakan adalah sebuah fakta.

Konflik diatas sangat menarik perhatian followers karena yang bertikai adalah antar publik figur. Perhatian dari para followers terlihat dari banyaknya komentar di kolom komentar tiap unggahan @Lambe_Turah terkait ketiga konflik tersebut.

Selain itu hasil penelitian pada video unggahan @Lambe_Turah yang paling banyak ditonton atau mendapatkan view terbanyak adalah konflik antara Hilda, Billy dan Kriss Hatta, yaitu sebanyak 2.183.909 view, dibanding unggahan mengenai Syahrini-Reino-Luna dan Jedun-Faisal-Shafa. Caption yang digunakan @Lambe_Turah tidak menyudutkan pihak manapun, namun berbentuk pertanyaan. Unggahan yang diteliti di bulan tahun yang sama yaitu 2018.

Berdasarkan temuan topik dari konflik yang terjadi, etika komunikasi yang dilanggar adalah sebagai berikut:

Memperhatikan penggunaan kalimat. Akun @Lambe_Turah melanggar etika ini karena kalimat yang digunakan di caption kontennya tidak utuh sehingga menjadi tidak jelas, seperti pada gambar 4.1.2.1. Meskipun demikian, terdapat followers yang paham dengan captionnya. Hal ini biasanya ditemui di kolom komentar.

Memberikan respon yang segera. Akun @Lambe_Turah tidak merespons followersnya, maupun netizen. Fungsi komunikasinya 1 (satu) arah sehingga mengabaikan komentar. Namun di salah satu unggahannya mengenai artis Luna Maya, admin @Lambe_Turah membalas komentar artis tersebut.

Tidak memancing pertentangan. Akun ini sangat memancing pertentangan. Tujuannya mengunggah berita kehidupan artis yang berpotensi menarik perhatian followers atau netizen agar viral dan mendapatkan exposure yang luas. Hal ini digunakan karena @Lambe_Turah mempunyai divisi promosi dimana tugasnya mempromosikan suatu akun jualan. Tentunya Lambe_Turah mendapatkan bayaran, sehingga menambah tujuan akun ini yaitu mendapatkan uang. Konten berbayar @Lambe_Turah dapat Peneliti validasi dengan adanya informasi daftar harga @Lambe_Turah

PENUTUP

Kesimpulan. Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, berikut ini adalah kesimpulan yang dapat peneliti kemukakan dalam penelitian ini:

1. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa konflik utama dari penelitian konten @Lambe_Turah adalah konflik antara Hilda-Billy-Kriss, Syahrini-Reino-Luna dan Jedun-Faisal-Shafa.
2. Konflik yang ditemukan di akun @Lambe_Turah menarik perhatian followers karena konfliknya antar sesama publik figur dan juga mengenai orang ketiga.
3. Konten dari @Lambe_Turah yang paling mendapat perhatian followers atau mendapat view terbanyak yaitu unggahan mengenai Hilda Vitria bertengkar dengan pengacara Hotman Paris pada saat kasus Hilda Vitria-Kriss Hatta sedang berjalan.
4. Akun @Lambe_Turah viral karena konflik yang terjadi pada tahun 2015 mengenai motivator Mario Teguh dan anaknya Kiswinar Teguh. Sejak saat itu, followers @Lambe_Turah naik sampai sekarang per Oktober 2020 sebanyak 8,8 juta pengguna Instagram.
5. Terdapat beberapa etika komunikasi yang dilanggar dalam media sosial oleh akun @Lambe_Turah yaitu etika memperhatikan penggunaan kalimat, etika memberikan

- respon yang segera dan yang terakhir etika tidak memancing pertentangan.
6. Keempat tindakan sosial Max Weber terdapat pada pengelolaan konten akun @Lambe_Turah yaitu tindakan rasional instrumental, tindakan rasional nilai, tindakan afektif dan yang terakhir tindakan tradisional.
 7. Terdapat valuable content di dalam feed instagram @Lambe_Turah, yang disebut paid promote. Melalui konten ini, @Lambe_Turah mendapatkan pemasukkan berupa uang dan dapat dikatakan akun @Lambe_Turah merupakan wadah bagi orang-orang yang bekerja di dalamnya untuk mencari uang.

Saran. Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan tersebut, peneliti memberikan saran bagi peneliti selanjutnya agar dapat memperdalam kembali penelitian ini. Luasnya ruang media sosial @Lambe_Turah yang berekspansi ke kanal Youtube, membuka peluang para peneliti selanjutnya.

Konten instagram @Lambe Turah berbau sensitif, karena mengenai privasi seseorang. Tidak mudah mengelola konten sensitif seperti ini, maka saran untuk @Lambe_Turah adalah mempunyai konsultan hukum untuk menghindari tuntutan hukum di masa yang akan datang

DAFTAR RUJUKAN

Buku

- Ardianto, Elvinaro. (2010). Metode Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Remaja Rosdakarya. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Arifin, Zainal. Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru. (Bandung: Rosdakarya, 2012)
- Burton, Graeme. Yang Tersembunyi di Balik Media, Pengantar Terhadap Kajian Media (Yogyakarta & Bandung: Jalasutra, 2008)
- Darma, Yoce Aliah. Analisis Wacana Kritis (Bandung: Penerbit Yrama Widya, 2009) Eriyanto. Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media. (Yogyakarta: LKIS, 2003)
- Goffman, Erving. Behaviour in Public Places: Notes on the Social Organization of Gatherings. (New York: Free Press of Glencoe, 1963)
- Halim, Syaiful. Postkomodifikasi Media, Analisis Media Televisi dengan Teori Kritis dan Cultural Studies (Yogyakarta: Jalasutra, 2013)
- Kaplan, Andreas M., Michael Haenlein. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. (Business Horizons: 2010)
- Kotler, Philip. Manajemen Pemasaran. (Jakarta: Erlangga, 2009)
- Kotler, Phillip & Kevin Keller, Marketing Management. (New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2009) Mosco, Vincent, the Political Economy of Communication. (London: Sage Publication Ltd, 2010) Nurudin. Pengantar Komunikasi Massa. (Jakarta: Rajawali Pers, 2007)
- Santoso, Edi. Dkk. Teori Komunikasi. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012)
- Sobur, Alex. Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Dan Analisis Framing. (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2001 & 2006)
- Subiakto, Henry, Rachmah Ida. Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi: Edisi Pertama. (Jakarta: Kencana, 2010)

Jurnal

- Boyd, D. M, Ellison, NB. (2007). Social network sites: definition, history, and scholarship, Journal of Computer-Mediated Communication.
- Janabeth Ward. (2016). A Content Analysis of Celebrity Instagram Posts and Parasocial Interaction. Paulius Justinas. (2018). Building a Travel Influencer Brand Using Instagram Tools.

- Eugene Cheng-Xi Aw; Labrecque, Lauren I. (2020). Celebrity endorsement in social media contexts: understanding the role of parasocial interactions and the need to belong.
- Yi-Ting, Huang; Sheng-Fang, Su. Future Internet (2018). Motives for Instagram Use and Topics of Interest among Young Adults.
- Rendan Liu, Ayoung Suh. (2017). Self-Branding on Social Media: An Analysis of Style Bloggers on Instagram.
- Nunung Prajarto. (2018). Netizen dan Infotainment: Studi Etnografi Virtual pada Akun Instagram @lambe_turah
- Tuty Mutiah, Ilham Albar, Fitriyanto, A. Rafiq. (2019). Hegemoni Media Sosial: Akun Gosip Instagram @Lambe_Turah
- Ulzyana Oktafanisa. (2018). Akun Gosip Lambe Turah di Instagram.
- Ari Kurnia (2017). Fenomena Akun Anonim Di Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Dan Ekonomi (Analisis Wacana pada Akun Instagram Lambe Turah).
- Uud Wahyudin & Kismiyati Ek Karimah. (2016). Etika Komunikasi di Media Sosial

Internet

- Boyd, D. M, Ellison, NB. (2007). Social network sites: definition, history, and scholarship, Journal of Computer-Mediated Communication. Diakses pada tanggal 22 Juli 2018 dari <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>.
- Hamzah. (2011). Komunikasi Massa; Fungsi dan Peran. Diakses pada tanggal 22 Juli 2018 dari www.hamzahpalaloi.web.id/2011/08/komunikasi-massa-fungsi-dan-peran.html.
- Maulana, Adhi. (2014, Maret). Jumlah Pengguna Internet Indonesia Capai 88,1Juta. Diakses pada tanggal 10 Juli 2018 dari <http://tekno.liputan6.com/read/2197413/jumlah-pengguna-internet-indonesia-capai-881-juta>.