

**RESPON MASYARAKAT TERHADAP TAMAN JOMBLO  
DI MEDIA SOSIAL**

*(Studi Deskriptif dengan Teknik Analisis Isi Mengenai Respon Masyarakat Pengguna Twitter terhadap Kicauan tentang Taman Jomblo Kota Bandung oleh Walikota Ridwan Kamil di Media Sosial Twitter pada Rentang Januari hingga Maret 2014)*

**ARTIKEL ILMIAH**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi

**Disusun oleh :**

**Muhammad Kamal Ashari**

**10080010211**

**Ilmu Jurnalistik**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM BANDUNG**

**2014**

# **SOCIETY'S RESPOND ABOUT TAMAN JOMBLO IN SOCIAL MEDIA**

*(Descriptive Study Using Content Analysis Technique on Society Respond of Twitter User about Taman Jomblo Kota Bandung by The Mayor of Bandung, Ridwan Kamil in Twitter for January to March 2014)*

## **RESEARCH PAPER**

Entitled for completing the Bachelor Degree of Communication Science

**By:**

**Muhammad Kamal Ashari**

**10080010211**

**Journalism Science Studies**



**THE FACULTY OF COMMUNICATION SCIENCE**

**ISLAMIC UNIVERSITY OF BANDUNG**

**2014**

RESPON MASYARAKAT TERHADAP TAMAN JOMBLO DI MEDIA SOSIAL

<sup>1</sup>Muhammad Kamal Ashari, <sup>2</sup>Ratri Rizki Kusumalestari

<sup>1</sup>*Bidang Kajian Jurnalistik, Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*  
e-mail: <sup>1</sup>mkamal1933@live.com, e-mail: <sup>2</sup>ratri.rizki@yahoo.com

**Abstract.** The mayor is the leader of the community that became the main focus in all activities of the government. Communication between government and communities into a major force in the establishment of good order of the city. This article tries to answer how respond unsure on respond of society of *twitter* user to tweet about Taman Jomblo Kota Bandung by the mayor of Bandung, Ridwan Kamil, in *twitter* for January to March 2014. Responds on *twitter* are observed from unsure of public campaign communication attitude, public campaign communication perception, public campaign communication participation, socialization attitude, socialization perception, socialization participation, advocate attitude, advocate perception, advocate participation, mediation attitude, and mediation participation. The method that is used is descriptive quantitative method with content analysis technique. The researcher used 102 tweet's sentences as research object. Samples are chose by using sampling total technique. Based on reliability experiment result, respond about Taman Jomblo in *twitter* to @ridwankamil have fulfilled five unsure. Data are analyzed descriptively. The result of this research shows that society's respond about Taman Jomblo development by the major of Bandung, Ridwan Kamil, in *twitter* observed from perception that is lean to positive. The conclusion is society's respond in *twitter* about Ridwan Kamil's tweet about Taman Jomblo is lean to positive.

**Keywords:** *Twitter*, Respon, Communication Development

**Abstrak.** Walikota adalah pemimpin yang menjadi sorotan utama masyarakat dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan pemerintah. Komunikasi antara pemerintah dan masyarakat menjadi kekuatan utama dalam terbangunnya tatanan kota yang baik. Artikel ilmiah ini berusaha untuk menjawab bagaimana unsur respon pada respon masyarakat pengguna *twitter* terhadap kicauan tentang taman jomblo kota Bandung oleh Walikota Ridwan Kamil di media sosial *twitter* pada rentang Januari hingga Maret 2014. Respon di *twitter* ditinjau dari unsur sikap komunikasi kampanye publik, persepsi komunikasi kampanye publik, partisipasi komunikasi kampanye publik, sikap sosialisasi, persepsi sosialisasi, partisipasi sosialiasi, sikap advokasi, persepsi advokasi, partisipasi advokasi, sikap mediasi, dan partisipasi mediasi. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan teknik analisis isi. Peneliti menggunakan 102 kalimat kicauan sebagai objek penelitian. Sampel dipilih dengan teknik total sampling. Berdasarkan hasil uji reliabilitas, respon mengenai taman jomblo di media sosial *twitter* kepada @ridwankamil telah memenuhi kelima unsure respon yang diteliti. Data yang diperoleh peneliti dapat analisis secara deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa respon masyarakat terhadap pembangunan Taman Jomblo oleh walikota Ridwan Kamil dalam media sosial *twitter* ditinjau dari rentang presepsi cenderung positif. Sehingga dapat dikatakan bahwa secara keseluruhan, respon masyarakat di *twitter* terhadap kicauan Ridwan Kamil mengenai Taman Jomblo cenderung baik.

**Kata Kunci :** *Twitter*, Respon, Komunikasi Pembangunan

## A. Pendahuluan

Indonesia adalah negara yang sedang berkembang dalam menghadapi globalisasi dunia khususnya perkembangan pengguna internet. Abad modern ini membuat Indonesia berkembang dari segala aspek dan bidang, seperti jual beli yang dilakukan *online*, hingga dunia media yang beralih kepada pemakaian internet atau biasa dikenal dengan sebutan *online*. Internet *online* tidak hanya dipakai untuk berbisnis, maupun menggali informasi didalamnya namun unsur sosial pun berkembang seiring menyebar luasnya pemakai jaringan internet online. Media sosial sebagai komunikasi melalui jaringan *online* saat ini tidak terlepas dengan adanya berbagai respon dari setiap wacana yang dibuat oleh seseorang melalui akunnya. *Twitter*, merupakan salah satu jejaring sosial yang mendunia. Hampir seluruh masyarakat di berbagai negara menggunakannya. Perkembangan dunia *twitter* saat ini semakin meluas termasuk kepada kalangan para pemimpin daerah maupun negara. Walikota Bandung yang baru yakni, Ridwan Kamil juga memanfaatkan jejaring media sosial untuk melakukan interaksi dengan warga Bandung dan untuk mensosialisasikan program-program yang akan dilaksanakan. Ridwan Kamil juga memiliki akun *twitter* pribadi yaitu @ridwankamil yang menjadi sorotan pengguna *twitter* dari awal mula pelantikan sebagai walikota hingga saat ini. Program *Index of Happiness* yang terdapat dalam program kerja Ridwan Kamil yang berarti meningkatkan taraf kebahagiaan masyarakat dengan cara mengadakan berbagai kegiatan yang melibatkan masyarakat maupun memperbaiki infrastruktur kota Bandung yang salah satunya yaitu membangun taman-taman tematik dan memperbaiki taman yang telah ada, sehingga masyarakat tidak selalu *mall* yang dijadikan tempat “*nongkrong*” namun ruang publik seperti taman menjadi destinasi masyarakat untuk bercengkrama.

Berdasarkan kutipan berita di atas, dapat dibuktikan bahwa Taman Jomblo menyedot perhatian masyarakat dari berbagai kota, tidak hanya masyarakat Bandung semata. Respon dari berbagai masyarakat selalu bergulir dan menuai beragam respon baik respon negatif maupun positif bebas mereka kemukakan untuk mengomentari suatu isu di *twitter*. Selain itu, *twitter* sebagai media sosial yang menjadi mediator masyarakat mengemukakan respon kepada Ridwan Kamil terhadap apapun *kicauan* yang terdapat di akun pribadinya. Beragam respon masyarakat terhadap program Taman Jomblo di *twitter* dengan berbagai macam respon,

membuat peneliti tertarik untuk mengetahui respon masyarakat terhadap Taman Jomblo oleh Ridwan Kamil sebagai Walikota Bandung di media sosial *twitter*.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “*Bagaimanakah respon masyarakat pengguna twitter terhadap kicauan tentang Taman Jomblo Kota Bandung oleh Walikota Ridwan Kamil di media sosial twitter pada rentang Januari hingga Maret 2014?*”

Pemberitaan ini dikaji dengan Analisis Isi, maka berdasarkan masalah di atas identifikasi dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana respon masyarakat terhadap Taman Jomblo di media sosial *twitter* Ridwan Kamil ditinjau dari rentang sikap?
2. Bagaimana respon masyarakat terhadap Taman Jomblo di media sosial *twitter* Ridwan Kamil ditinjau dari rentang persepsi?
3. Bagaimana respon masyarakat terhadap Taman Jomblo di media sosial *twitter* Ridwan Kamil ditinjau dari rentang partisipasi?

## **C. Kajian Pustaka**

Penelitian ini bertitiktolak dari respon masyarakat pengguna media sosial *Twitter* terhadap Taman Jomblo yang di kicaukan oleh walikota @ridwankamil di *twitter*. Mengacu pada penelitian yang dibahas maka teori yang terdapat di dalam penelitian ini, peneliti melihat respon yang terbangun dari kicauan @ridwankamil tentang taman jomblo. Menurut Alex Sobur, respon berasal dari kata *response*, yang berarti balasan atau tanggapan (*reaction*). Respon adalah istilah psikologi yang digunakan untuk menamakan reaksi terhadap rangsang yang diterima oleh panca indra. Hal yang menunjang dan melatarbelakangi ukuran sebuah respon adalah sikap, persepsi, dan partisipasi. Respon pada prosesnya didahului sikap seseorang karena sikap merupakan kecendrungan atau kesediaan seseorang untuk bertingkah laku jika menghadapi suatu rangsangan tertentu.

Jadi, berbicara mengenai respon atau tidak respon terlepas dari pembahasan sikap. Respon juga diartikan sebagai suatu tingkah laku atau sikap yang berwujud baik sebelum pemahaman yang mendetail, penelitian, pengaruh atau penolakan, suka atau tidak suka serta pemanfaatan pada suatu fenomena tertentu (Sobur, 2003). Respon pada penelitian ini yaitu komunikasi antara Walikota Bandung Ridwan Kamil (@ridwankamil) dengan masyarakat pengguna *twitter* yang tidak hanya berdomisili di Kota Bandung namun dari berbagai wilayah Indonesia.

Penelitian ini mengkaji mengenai respon masyarakat pengguna *twitter*. Pengertian masyarakat adalah keseluruhan antara hubungan-hubungan antar manusia. Robert M. Mcleaver mengatakan: “Masyarakat adalah suatu sistem hubungan-hubungan yang ditata (*Society means a system of ordered relations*) (Budiardjo, 2008:46). Walikota Bandung Ridwan Kamil mengemukakan beberapa program kerjanya selama menjabat sebagai walikota, Ridwan Kamil memanfaatkan teknologi informasi yang berupa media sosial *Twitter* agar program kerjanya tersosialisasikan dengan baik di masyarakat.

Teori yang berkaitan dengan komunikasi di media sosial yang dalam penelitian ini adalah Taman Jomblo yang dibuat oleh Ridwan Kamil sebagai salah satu program kerjanya yaitu teori Komunikasi Pembangunan yang didalamnya terdapat unsur advokasi, mediasi, sosialisasi, dan komunikasi kampanye publik. Quebral dan Gomes mengemukakan bahwa komunikasi pembangunan merupakan disiplin ilmu dan praktikum komunikasi dalam konteks negara-negara yang sedang berkembang, terutama komunikasi untuk perubahan sosial yang terencana (Dilla, 2007:117). Advokasi menurut Julie Stirling adalah sebagai serangkaian tindakan yang berproses atau kampanye yang terencana/terarah untuk mempengaruhi orang lain yang hasil akhirnya adalah untuk merubah kebijakan public. Selanjutnya Sheila Espine-Villaluz, advokasi diartikan sebagai aksi strategis dan terpadu yang dilakukan perorangan dan kelompok untuk memasukkan suatu masalah (*isu*) kedalam agenda kebijakan, mendorong para pembuat kebijakan untuk menyelesaikan masalah tersebut, dan membangun basis dukungan atas kebijakan publik yang diambil untuk menyelesaikan masalah tersebut. (Valeri Miller dan Jane Covey, 2005 : 8).

Mediasi merupakan perpanjangan tangan atas versi peristiwa yang tidak dapat kita amati secara langsung dan upaya aktor dan lembaga untuk mengontak tujuan mereka (Mc Quail, 1994:72). Sosialisasi adalah proses orang memperoleh kepercayaan, sikap, nilai dan kebiasaan dalam kebudayaannya. Melalui proses sosialisasi akan tumbuh satu pribadi yang khas, karena sifat-sifat kelompok tidak pernah diserap secara sama oleh masing-masing anggota kelompok (Stewart,1985 : 93). Kampanye Publik adalah serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu (Rogers&Storey, 1987:7). Kampanye komunikasi publik merupakan pendekatan-pendekatan baru dalam kampanye komunikasi di antaranya adalah strategi kemitraan dengan komunitas, penggunaan media interaktif, strategi pendidikan-hiburan (*edutainment*). Selanjutnya Rice & Atkin mengemukakan definisi kampanye komunikasi publik sebagai berikut :

*"Public communication campaign as purposive attempt to inform, persuade, or motivate behavior changes in a relatively well-defined and large audience, generally for noncommercial benefits to the individual and/or society, typically within a given time period, by means of organized communication activities involving mass media and often complemented by interpersonal support."*

Dari definisi Rice & Atkin tersebut dapat diartikan bahwa kampanye komunikasi publik sebagai usaha yang bertujuan untuk menginformasikan, membujuk (meyakinkan), atau memotivasi perubahan perilaku khalayak sasaran dalam jumlah besar, yang umumnya bukan untuk tujuan komersil dan dilaksanakan pada kurun waktu tertentu dengan dukungan aktivitas komunikasi yang melibatkan media massa dan juga komunikasi interpersonal (Rice & Atkin, 2001:135).

Teori yang relevan untuk penelitian ini pula tentunya tidak terlepas dari perkembangan informasi, teknologi dan komunikasi. Menurut O'Brien, internet merupakan jaringan komputer yang berkembang pesat dari jutaan bisnis, pendidikan, dan jaringan pemerintahan yang saling berhubungan dengan jumlah penggunanya lebih dari 200 negara (O'Brien, 2003:10). Internet sebagai media baru dalam dunia komunikasi menjadi sorotan penting bagi Ridwan Kamil dalam berkomunikasi dengan rakyatnya di media sosial. Media menurut Purnamarwati dan Eldarni (2001:4), adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima, sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian dan

minat siswa sehingga terjadi proses belajar. Sedangkan, media *online* adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (baca-komputer dan internet). Di dalamnya terdapat portal, *website* (situs *web*), *radio-online*, *TV-online*, *pers online*, *mail-online*, dll, dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan user memanfaatkannya (Ashadi Siregar, dalam Kurniawan, 2005: 20). Dan pengertian *twitter* adalah layanan jejaring sosial dan *mikroblog* daring yang memungkinkan penggunaanya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 140 karakter, yang dikenal dengan sebuah kicauan atau (*tweet*) (Fardiah, dkk, 2014:16).

#### **D. Metode dan Sasaran Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif dengan teknik analisis isi. Penulis menyusun dan mengonstruksikan data yang telah terkumpul, menganalisisnya dan menginterpretasikannya secara deskriptif.

Metode deskriptif bertujuan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang ada mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, membuat perbandingan atau evaluasi. Penelitian deskriptif menurut Rakhmat ditujukan untuk :

1. Mengumpulkan informasi aktual secara rinci dan melukiskan gejala yang ada.
2. Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku.
3. Membuat perbandingan atau evaluasi. (Rakhmat, 2012:25)

Sementara itu, teknik penelitian ini menggunakan analisis isi yaitu suatu teknik penelitian ilmiah yang bertujuan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi. Analisis isi ditunjukkan untuk mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak (*manifest*), dan dilakukan secara objektif, valid, reliabel, dan dapat direplikasi (Eriyanto, 2011: 15). Agar dalam penulisan tidak terjadi salah pengertian, maka penulis melakukan pembatasan masalah sehingga penulisan menjadi lebih terarah dan tepat pada tujuan yang diharapkan.

Dalam penelitian ini yang diteliti adalah respon masyarakat terhadap program pengembangan Taman Jomblo di media sosial *twitter* Ridwan Kamil ditinjau dari rentang sikap, persepsi dan partisipasi.

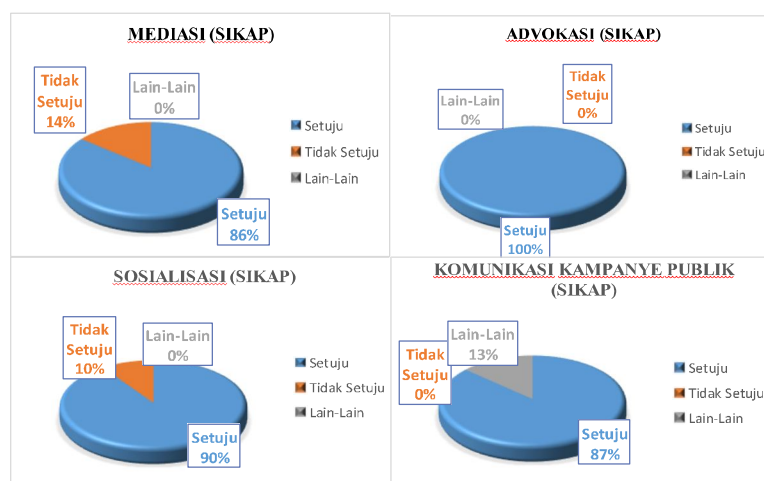


Objek penelitian adalah kicauan Walikota Ridwan Kamil (@ridwankamil) terhadap program pembangunan Taman Jomblo di media sosial *Twitter*. Kicauan yang dijadikan objek penelitian yaitu kicauan masyarakat yang ditujukan kepada akun @ridwankamil pada bulan Januari hingga Maret 2014 karena pada rentang waktu tersebut isu ini hangat terjadi di media sosial *twitter*. Kicauan *twitter* yang diteliti dibatasi hanya *reply* kepada akun @ridwankamil mengenai Taman Jomblo.

### E. Temuan Penelitian

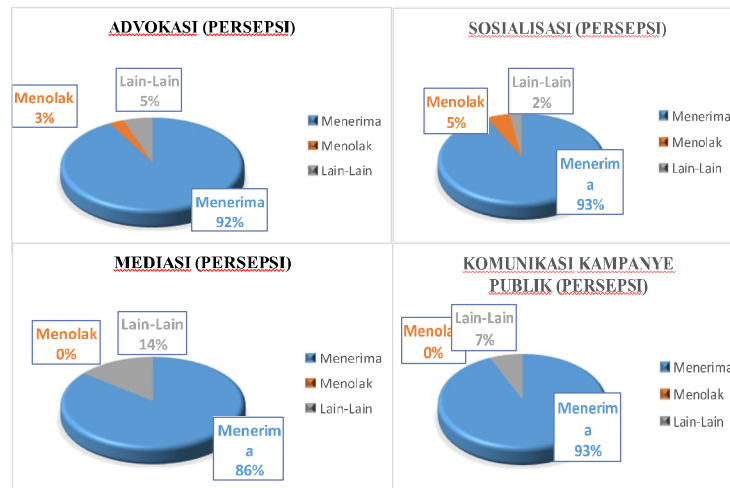
Penelitian ini dilakukan menggunakan teknik analisis isi yang meneliti tentang “Respon Masyarakat terhadap Taman Jomblo di Media Sosial”. Alat ukur yang dipakai adalah turunan konstruk dari teori Respon dan teori Komunikasi Pembangunan. Berdasarkan alat ukur yang peneliti gunakan telah lulus uji reliabilitas.

Rentang sikap dengan kategori mediasi, sosialisasi, advokasi dan komunikasi kampanye publik cenderung setuju, yang selanjutnya dapat dilihat dalam diagram berikut:



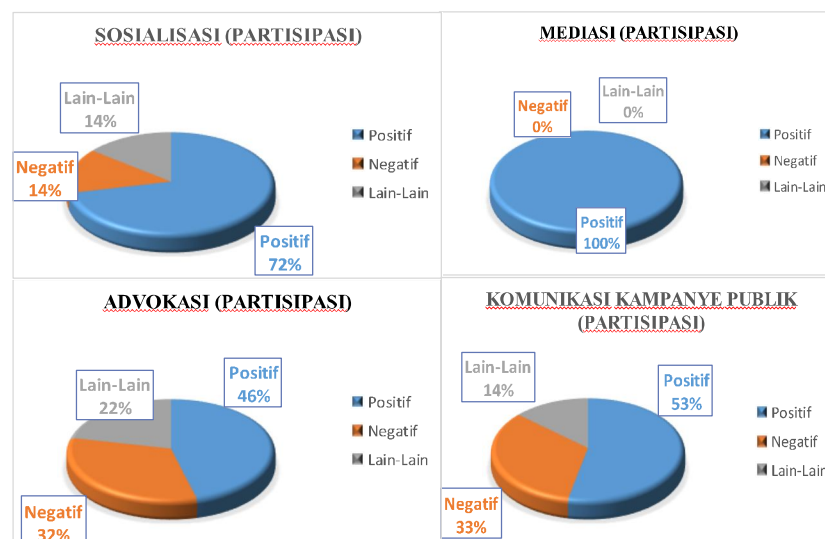
**Diagram Sikap**

Rentang persepsi dengan kategori mediasi, sosialisasi, advokasi dan komunikasi kampanye publik cenderung menerima, yang selanjutnya dapat dilihat dalam diagram berikut:



**Diagram Persepsi**

Rentang partisipasi dengan kategori mediasi, sosialisasi, advokasi dan komunikasi kampanye publik cenderung menerima, yang selanjutnya dapat dilihat dalam diagram berikut:



**Diagram Partisipasi**

Jadi, berdasarkan temuan penelitian ini dapat dilihat bahwa respon masyarakat terhadap taman jomblo di media sosial *twitter* @ridwankamil cenderung kepada sikap positif, cenderung berpersepsi menerima dan cenderung berpartisipasi positif. Sehingga secara keseluruhan data dikatakan respon masyarakat cenderung baik.

## F. Diskusi

Temuan dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan konstruksi kategori yang diturunkan dari teori Respon yaitu rentang sikap, persepsi dan partisipasi. Balasan kicauan yang diteliti sebagai sampel terbagi menjadi 3 rentang yaitu sikap, persepsi dan partisipasi. Sedangkan seluruh kicauan @ridwankamil peneliti kategorikan menjadi 4 kategori sebagaimana dikemukakan oleh Sumadi Dilla (2007:117), bahwa komunikasi pembangunan terdiri dari advokasi, mediasi, sosialisasi dan komunikasi kampanye publik.

Berdasarkan perhitungan memakai alat ukur tersebut maka indeks reliabilitas 89,2% untuk subkategori sikap komunikasi kampanye publik. Indeks reliabilitas 97,8% untuk subkategori persepsi komunikasi kampanye publik. Indeks reliabilitas 99,6% untuk subkategori partisipasi komunikasi kampanye publik.

Indeks reliabilitas 94% untuk subkategori sikap sosialisasi. Indeks reliabilitas 98% untuk subkategori persepsi sosialisasi. Indeks reliabilitas 99,8% untuk subkategori partisipasi sosialisasi. Indeks reliabilitas 98,3% untuk subkategori sikap advokasi. Indeks reliabilitas 99,8% untuk subkategori persepsi advokasi. Indeks reliabilitas 98,3% untuk subkategori partisipasi advokasi. Indeks reliabilitas 95,1% untuk subkategori sikap mediasi. Indeks reliabilitas 95,1% untuk subkategori persepsi mediasi. Indeks reliabilitas 100% untuk subkategori partisipasi mediasi.

Hasil tersebut adalah hasil indeks reliabilitas antar koder yang meneliti respon masyarakat mengenai Taman Jomblo pada akun *twitter* @ridwankamil rentang waktu Januari hingga Maret 2014. Mengacu kepada hasil indeks reliabilitas tersebut telah teruji keabsahan datanya menggunakan alat ukur tersebut. Data tersebut adalah hasil koding yang terjadi berada diklasifikasi sangat tinggi sehingga data yang diperoleh layak menjadi indikator pengukuran.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa respon masyarakat dapat diukur melalui media sosial yang salah satunya adalah *twitter*, karena dengan perkembangan teknologi dan informasi saat ini penyebaran angket tidak lagi jadi satu-satunya cara untuk meneliti respon masyarakat.

## Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Respon masyarakat terhadap kicauan @ridwankamil mengenai Taman Jomblo di media sosial *twitter* ditinjau dari rentang sikap menunjukkan bahwa masyarakat cenderung bersikap setuju. Hal ini terlihat dari sikap terhadap *tweet* kampanye publik sebanyak 87%, sosialisasi sebanyak 90%, mediasi sebanyak 86%, dan advokasi 100%.
2. Respon masyarakat terhadap kicauan @ridwankamil mengenai Taman Jomblo di media sosial *twitter* ditinjau dari rentang persepsi menunjukkan bahwa masyarakat cenderung berpersepsi menerima. Hal ini terlihat dari persepsi terhadap *tweet* kampanye publik sebanyak 93%, sosialisasi sebanyak 93%, mediasi sebanyak 86%, dan advokasi 97%.
3. Respon masyarakat terhadap kicauan @ridwankamil mengenai Taman Jomblo di media sosial *twitter* ditinjau dari rentang partisipasi menunjukkan bahwa masyarakat cenderung berpartisipasi positif. Hal ini terlihat dari sikap terhadap *tweet* kampanye publik sebanyak 53%, sosialisasi sebanyak 72%, mediasi sebanyak 100%, dan advokasi 46%.

## Daftar Pustaka

- Budiardjo, Miriam. 2008. *Dasar-dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia.
- Eriyanto. 2011. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- McQuail, Dennis, 1994. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Edisi Kedua, Penerjemah Agus Dharma & Aminuddin Ram, Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_, 2011. *Teori Komunikasi Massa*, Edisi Keenam, Penerjemah Putri Iva Izzati, Jakarta: Salemba Humanika.
- O'Brien, James A. 2005. *Pengantar Sistem Informasi (Judul asli : Introduction to Information System*. Terjemahan: Dewi Fitriyani dan Beny Arnos Kwary. Jakarta: Salemba Empat.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2012. *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Rice, Ronald E & Charles K. Atkin. 2001. *Public Communication Campaigns*. California: Sage Publications, Inc.

Rogers, E. M., & Storey J. D. (1987). *Communication Campaign*. Dalam C. R. Berger & S.H. Chaffe (Eds.), *Handbook of Communication Science*. New Burry Park, CA:Sage.

Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum dalam Lintasan Sejarah*. Bandung: CV. Pustaka Setia.

Valeri Miller dan Jane Covey, 2005. *Pedoman Advokasi: Perencanaan, Tindakan, dan Refleksi*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.

**Sumber lain:**

Fardiah, Dedeh. Et.al. 2014. “Eksistensi Media Jejaring Sosial *Twitter* sebagai Sarana Berpikir Kritis”. Makalah disampaikan dalam LPPM UNISBA, Bandung.