

## **EFEKTIVITAS STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MEMENGARUHI OPINI PUBLIK**

**Siti Hajar<sup>1</sup> Yuliana Putri Syaesti<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jayabaya

<sup>2</sup>Mahasiswa Prodi Administrasi Negara FISIP Universitas Jayabaya

### **Abstrak**

Di era digital saat ini, opini publik memiliki peran krusial dalam membentuk kebijakan, perilaku konsumen, dan keberhasilan gerakan sosial. Strategi komunikasi yang efektif menjadi faktor utama dalam memengaruhi opini publik melalui penyampaian pesan yang tepat, pemanfaatan media yang sesuai, serta pemahaman terhadap audiens yang dituju. Studi ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas strategi komunikasi dalam membentuk opini publik dengan meninjau elemen-elemen kunci seperti perencanaan pesan, pemilihan media, dan pendekatan komunikasi. Metode penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah studi kasus, yang memungkinkan analisis mendalam terhadap fenomena tertentu. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi, sementara analisis data menggunakan pendekatan holistik dan embedded analysis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman audiens, konsistensi pesan, kredibilitas sumber informasi, serta pemanfaatan media sosial secara strategis merupakan faktor utama dalam membentuk opini publik. Selain itu, *framing* dan interaksi dengan audiens berperan penting dalam memperkuat efektivitas komunikasi. Teknologi informasi berperan besar dalam meningkatkan efektivitas strategi komunikasi dengan memperluas jangkauan audiens, menyediakan data analitik untuk evaluasi strategi, serta memungkinkan penyampaian pesan yang lebih menarik dan interaktif. Namun, tantangan seperti disinformasi dan manipulasi opini juga semakin meningkat, menuntut strategi komunikasi yang adaptif dan inovatif. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas strategi komunikasi sangat diperlukan untuk membangun dan mengarahkan opini publik secara optimal.

**Kata Kunci:** strategi komunikasi, opini publik, teknologi informasi.

### **Abstract**

*In today's digital era, public opinion plays a crucial role in shaping policies, consumer behavior, and the success of social movements. Effective communication strategies serve as a key factor in influencing public opinion through the delivery of appropriate messages, the utilization of suitable media, and an understanding of the target audience. This study aims to analyze the effectiveness of communication strategies in shaping public opinion by examining key elements such as message planning, media selection, and communication approaches. The research method employed in this study is a case study, which enables an in-depth analysis of specific phenomena. Data collection was conducted through interviews and documentation, while data analysis utilized a holistic approach and embedded analysis. The findings indicate that audience understanding, message consistency, source credibility, and the strategic use of social media are the primary factors in shaping public opinion. Additionally, framing and audience interaction play a significant role in enhancing communication effectiveness. Information technology significantly contributes to improving the effectiveness of communication strategies by expanding audience reach, providing analytical data for strategy evaluation, and enabling more engaging and interactive message delivery. However, challenges such as disinformation and opinion manipulation are also on the rise, necessitating adaptive and innovative communication strategies. Therefore, a comprehensive understanding of the factors influencing the effectiveness of communication strategies is essential to optimally build and direct public opinion.*

**Keywords:** communication strategy, public opinion, information technolog

---

### **PENDAHULUAN**

Di era informasi yang serba cepat dan mudah diakses seperti saat ini, opini publik memegang

peranan penting dalam berbagai aspek kehidupan. Opini publik dapat memengaruhi kebijakan pemerintah (Chatamallah, 2007), perilaku konsumen (Saragih *et al* 2024), dan

© 2024 Perspektif Universitas Jayabaya. All Right Reserved

**Corresponding author:** sithajarsantoso@jayabaya.ac.id

Received 22 November 2024, Accepted 26 November 2024, Published 28 November 2024

bahkan keberhasilan suatu gerakan sosial (Nuraliza *et al* 2024). Dalam konteks ini, strategi komunikasi menjadi alat vital untuk memengaruhi dan membentuk opini publik (Indrawan, 2017; Qadri, 2020; Mukhroman *et al* 2024).

Efektivitas strategi komunikasi dalam memengaruhi opini publik menjadi topik yang menarik untuk dikaji. Seiring dengan perkembangan teknologi dan media sosial (Fonna, 2019; Maduratna *et al* 2024), strategi komunikasi yang digunakan pun semakin beragam dan kompleks. Berbagai platform media *online*, media sosial, dan *platform* digital lainnya menjadi medan baru bagi para komunikator untuk menyampaikan pesan dan membangun narasi yang dapat memengaruhi persepsi publik.

Komunikasi merupakan unsur fundamental dalam kehidupan manusia yang berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan informasi, mempengaruhi, dan membangun pemahaman bersama (Milyane *et al* 2022). Dalam konteks sosial dan politik, komunikasi memiliki peran strategis dalam membentuk opini publik (Indrawan, 2017; Nuraliza *et al* 2024). Opini publik, sebagai wujud dari pandangan, sikap, dan persepsi masyarakat, sering kali menjadi dasar pengambilan keputusan oleh individu, organisasi, maupun pemerintah (Nimrah & Sakaria, 2015). Oleh karena itu, strategi komunikasi yang efektif menjadi aspek yang sangat penting dalam upaya mempengaruhi opini publik.

Strategi komunikasi tidak hanya melibatkan komunikasi pesan, tetapi juga mencakup perencanaan yang matang, penggunaan media yang tepat, serta pemahaman mendalam terhadap audiens yang dituju (Armawan, 2021). Di era digital saat ini, perkembangan teknologi dan media sosial semakin memperluas jangkauan komunikasi, sehingga memungkinkan pesan disampaikan secara lebih cepat, informasi masif, dan interaktif (Indrawan & Ilmar, 2020). Namun tantangan seperti disinformasi, manipulasi opini, dan fragmentasi audiens juga semakin meningkat, sehingga menuntut strategi komunikasi yang lebih adaptif dan inovatif.

Kajian ini bertujuan untuk mengkaji efektivitas strategi komunikasi dalam mempengaruhi analisis opini publik, dengan fokus pada elemen-elemen kunci seperti perencanaan

pesan, pemilihan media, dan pendekatan kepada audiens. Dengan memahami faktor-faktor tersebut, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang komprehensif mengenai bagaimana komunikasi dapat digunakan sebagai alat untuk membangun, mengarahkan, atau mengubah opini masyarakat secara efektif.

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus sebagai metode penelitian yang memfokuskan diri pada satu objek tertentu sebagai suatu kasus untuk dipelajari secara intensif dan holistik (Mulyadi, 2012; Gunawan, 2022). Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran rinci tentang suatu fenomena yang berkaitan dengan strategi komunikasi dalam memengaruhi opini publik.

Dalam penelitian studi kasus, pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh gambaran yang mendalam dan rinci tentang suatu fenomena atau kasus dengan teknik wawancara dan dokumentasi.

Analisis data dalam studi kasus bertujuan untuk memberikan makna pada data yang dikumpulkan dan menghasilkan deskripsi rinci tentang kasus tersebut dengan analisis holistik dan analisis terjalin (*embedded analysis*) dengan fokus pada aspek spesifik dari suatu kasus mengenai strategi komunikasi dalam memengaruhi opini publik

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Efektivitas Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang efektif berperan dalam membentuk opini publik. Dalam era informasi yang berkembang pesat, cara informasi disampaikan dapat memengaruhi bagaimana masyarakat memahami isu-isu tertentu. Komunikasi yang baik tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membangun hubungan yang kuat antara pengirim dan penerima informasi. Oleh karena itu, memahami elemen-elemen yang memengaruhi efektivitas strategi komunikasi adalah kunci untuk mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan.

Salah satu aspek terpenting dalam strategi komunikasi adalah pemahaman audiens. Untuk memengaruhi opini publik, pesan yang disampaikan harus relevan dan sesuai dengan

kebutuhan serta nilai-nilai audiens. Segmentasi audiens berdasarkan demografi, psikografi, dan perilaku sangat penting untuk merancang pesan yang efektif. Dengan memahami audiens, komunikator dapat menyesuaikan bahasa, nada, dan saluran komunikasi yang digunakan, sehingga pesan lebih mudah diterima dan dipahami.

Konsistensi dalam penyampaian pesan juga merupakan faktor kunci dalam strategi komunikasi. Pesan yang disampaikan melalui berbagai saluran harus tetap konsisten agar tidak menimbulkan kebingungan di kalangan audiens. Ketidakjelasan atau kontradiksi dalam pesan dapat mengurangi kredibilitas sumber dan menghambat upaya untuk memengaruhi opini publik. Oleh karena itu, penting bagi organisasi atau individu untuk menjaga konsistensi dalam semua materi komunikasi yang mereka keluarkan.

Media sosial telah mengubah cara komunikasi dilakukan dan menjadi platform yang sangat efektif untuk memengaruhi opini publik. Dengan kemampuan untuk menyebarkan informasi secara cepat dan luas, media sosial memungkinkan interaksi langsung antara pengirim dan penerima pesan. Strategi komunikasi yang memanfaatkan media sosial harus memperhatikan cara menyajikan konten yang menarik dan mudah dibagikan, sehingga dapat memperluas jangkauan pesan dan memengaruhi lebih banyak orang.

Kredibilitas sumber informasi memainkan peran penting dalam membentuk opini publik. Audiens lebih cenderung menerima pesan dari sumber yang mereka percayai dan anggap berkompeten. Oleh karena itu, membangun dan memelihara kredibilitas adalah langkah penting dalam strategi komunikasi. Hal ini bisa dilakukan melalui transparansi, kejujuran, dan penyampaian informasi yang akurat. Ketika audiens percaya pada sumbernya, mereka lebih mungkin untuk menerima dan menyebarluaskan pesan tersebut.

*Framing* adalah teknik yang digunakan untuk mengatur cara informasi disajikan, yang dapat mempengaruhi bagaimana audiens memahami isu tertentu (Bachtiar *et al* 2016). Dengan memilih kata-kata dan konteks yang tepat, komunikator dapat membentuk persepsi audiens terhadap suatu masalah. Oleh karena

itu, pemilihan kata dan *framing* yang strategis sangat penting dalam membentuk opini publik.

Strategi komunikasi yang efektif juga harus mencakup mekanisme untuk menerima dan menanggapi umpan balik dari audiens. Respons yang cepat dan positif terhadap pertanyaan atau kekhawatiran audiens dapat meningkatkan kepercayaan dan keterlibatan. Dalam konteks media sosial, interaksi yang aktif dan responsif dapat memperkuat hubungan antara pengirim dan penerima pesan, sehingga meningkatkan efektivitas komunikasi secara keseluruhan.

Akhirnya, evaluasi merupakan bagian penting dari strategi komunikasi yang efektif. Mengukur dampak dari pesan yang disampaikan dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan akan membantu dalam merumuskan strategi yang lebih baik di masa depan. Dengan menggunakan alat analisis dan umpan balik dari audiens, organisasi dapat menyesuaikan pendekatan mereka untuk memastikan bahwa pesan tetap relevan dan berdampak dalam memengaruhi opini publik.

Dengan memperhatikan faktor-faktor ini, strategi komunikasi dapat dirancang untuk secara efektif memengaruhi opini publik, menciptakan dampak yang positif, dan membangun kepercayaan antara komunikator dan audiens.

Efektivitas strategi komunikasi sangat dipengaruhi oleh banyak faktor. Keberhasilan dalam menyampaikan pesan dan mencapai tujuan komunikasi ditentukan oleh bagaimana faktor-faktor ini bekerja selaras. Berikut adalah beberapa faktor utama yang perlu diperhatikan:

#### 1. Faktor internal

- a. Strategi komunikasi yang efektif dimulai dengan tujuan yang jelas dan terukur. Apakah ingin meningkatkan kesadaran merek, mendorong penjualan, membangun citra positif, atau mengubah perilaku.
- b. Pesan harus relevan dengan target audiens, mudah dipahami, dan menarik perhatian. Gunakan bahasa yang mudah dipahami, contoh yang relatable, dan visual yang menarik.
- c. Sumber pesan harus dipercaya oleh target audiens. Kredibilitas bisa didapat dari reputasi, keahlian, atau pengalaman.

- d. Pastikan pesan yang disampaikan konsisten di semua platform dan saluran komunikasi.
  - e. Tim komunikasi harus memiliki pengetahuan dan kemampuan yang memadai untuk merencanakan, mengeksekusi, dan mengevaluasi strategi komunikasi.
2. Faktor eksternal
- a. Memahami target audiens adalah kunci. Siapa, apa kebutuhan, keinginan, dan nilai-nilai, serta bagaimana mereka mengakses informasi?
  - b. Pertimbangkan budaya dan norma sosial target audiens. Pesan yang efektif di satu budaya mungkin tidak efektif di budaya lain.
  - c. Teknologi telah mengubah cara orang mengakses informasi dan berkomunikasi. Manfaatkan teknologi yang tepat untuk menjangkau target audiens.
  - d. Pilih media dan saluran komunikasi yang paling efektif untuk menjangkau target audiens. Pertimbangkan *platform* digital, media cetak, media elektronik, dan media sosial.
  - e. Perhatikan apa yang dilakukan oleh kompetitor dan bagaimana mereka berkomunikasi dengan target audiens.
  - f. Faktor eksternal seperti krisis, bencana alam, atau perubahan kebijakan pemerintah dapat mempengaruhi efektivitas strategi komunikasi.
3. Faktor proses
- a. Strategi komunikasi yang efektif membutuhkan perencanaan yang matang. Tetapkan tujuan, target audiens, pesan, media, dan evaluasi.
  - b. Pastikan strategi komunikasi dieksekusi dengan tepat dan sesuai rencana.
  - c. Evaluasi efektivitas strategi komunikasi secara berkala. Ukur dampaknya dan sesuaikan jika diperlukan

Dari uraian di atas, salah satu faktor utama dalam efektivitas strategi komunikasi adalah pemahaman terhadap audiens. Setiap kelompok memiliki karakteristik, nilai, dan preferensi yang berbeda, sehingga pesan harus disesuaikan

kan agar relevan dan mudah dipahami. Melalui segmentasi audiens berdasarkan demografi, psikografi, dan perilaku, komunikator dapat menyesuaikan gaya bahasa, nada, serta *platform* komunikasi yang digunakan. Misalnya, strategi komunikasi untuk generasi muda akan lebih efektif jika disampaikan melalui media sosial dengan format visual yang menarik, sementara komunikasi yang ditujukan untuk profesional cenderung lebih berhasil melalui laporan resmi atau seminar.

Selain pemahaman audiens, konsistensi pesan juga menjadi kunci dalam strategi komunikasi yang efektif. Pesan yang disampaikan melalui berbagai saluran harus memiliki keselarasan agar tidak menimbulkan kebingungan atau ketidakpercayaan di kalangan audiens. Kontradiksi dalam komunikasi dapat merusak kredibilitas dan mengurangi dampak pesan yang ingin disampaikan. Oleh karena itu, organisasi maupun individu harus memastikan bahwa setiap pernyataan yang dikeluarkan mendukung tujuan komunikasi yang sama dan tidak saling bertentangan.

### **Peran Teknologi Dalam Meningkatkan Efektivitas Strategi Komunikasi**

Teknologi memiliki peran yang sangat signifikan dalam memengaruhi opini publik di era digital saat ini. Dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, akses terhadap informasi menjadi lebih mudah dan cepat. Masyarakat dapat mengakses berita dan informasi dari berbagai sumber hanya dengan menggunakan perangkat seperti smartphone atau komputer. Hal ini memungkinkan penyebaran informasi yang lebih luas dan cepat, yang pada gilirannya dapat membentuk pandangan dan opini publik secara lebih efektif.

Salah satu aspek penting dari peran teknologi adalah media sosial. *Platform* seperti *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram* memungkinkan individu dan organisasi untuk berbagi informasi dan berinteraksi secara langsung dengan audiens mereka. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran untuk menyebarkan informasi, tetapi juga sebagai ruang untuk diskusi dan debat. Dengan demikian, opini publik dapat terbentuk melalui interaksi yang terjadi di *platform-platform* ini, di mana pengguna dapat saling mempengaruhi satu sama lain.

Selain itu, teknologi juga memungkinkan adanya analisis data yang lebih mendalam. Dengan menggunakan alat analisis, organisasi dapat memahami tren dan pola dalam opini publik. Data yang diperoleh dari survei online, komentar di media sosial, dan interaksi pengguna dapat memberikan wawasan berharga tentang bagaimana masyarakat merespons isu-isu tertentu. Informasi ini dapat digunakan untuk merumuskan strategi komunikasi yang lebih efektif dan menyesuaikan pesan agar lebih sesuai dengan keinginan dan kebutuhan audiens.

Peran teknologi dalam memengaruhi opini publik juga memiliki sisi negatif. Penyebaran informasi yang cepat dapat menyebabkan munculnya berita palsu atau disinformasi. Ketika informasi yang tidak akurat menyebar dengan cepat di media sosial, hal ini dapat membingungkan publik dan memengaruhi opini mereka secara negatif. Oleh karena itu, penting bagi pengguna untuk memiliki literasi digital yang baik agar dapat membedakan antara informasi yang valid dan yang tidak.

Secara keseluruhan, teknologi memainkan peran yang kompleks dalam membentuk opini publik. Meskipun memberikan banyak peluang untuk komunikasi yang lebih efektif dan interaktif, tantangan seperti disinformasi juga harus dihadapi. Oleh karena itu, pemahaman yang baik tentang bagaimana teknologi berfungsi dan dampaknya terhadap masyarakat sangat penting untuk menciptakan opini publik yang informatif dan konstruktif.

Teknologi telah merevolusi cara kita berkomunikasi, membawa dampak besar pada efektivitas strategi komunikasi. Teknologi memberikan peluang baru dalam menjangkau audiens, menyampaikan pesan, dan mengukur hasil, tetapi juga menghadirkan tantangan baru yang harus diatasi. Berikut adalah beberapa peran teknologi dalam mempengaruhi efektivitas strategi komunikasi:

1. Menjangkau audiens yang lebih luas
  - a. Media sosial atau *platform* seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *TikTok*, dan *YouTube* memungkinkan akses ke audiens global yang luas.
  - b. Aplikasi pesan seperti *WhatsApp*, *Telegram*, dan *Line* memungkinkan ko-

munikasi yang lebih personal dan langsung dengan target audiens.

- c. Email *marketing* masih menjadi alat yang efektif untuk membangun hubungan dan mengirimkan pesan yang terpersonalisasi.
  - d. *Website* dan aplikasi *mobile* memberikan *platform* untuk berbagi informasi, konten, dan layanan secara online.
2. Menyampaikan pesan yang lebih menarik
    - a. Konten visual berupa video, animasi, dan gambar memudahkan pemahaman dan membuat pesan lebih menarik.
    - b. Konten interaktif seperti kuis, *polling*, dan *chatbot* meningkatkan engagement dan interaksi dengan audiens.
    - c. Pembuatan konten otomatis seperti alat AI dapat membantu membuat konten yang lebih cepat dan efisien.
    - d. Personalisasi pesan berupa teknologi memungkinkan personalisasi pesan berdasarkan data demografi, perilaku, dan minat audiens.
  3. Mengukur efektivitas strategi
    - a. Alat analisis data memungkinkan pengukuran efektivitas kampanye komunikasi, seperti jumlah klik, tayangan, dan konversi.
    - b. Pelacakan perilaku melalui teknologi dapat melacak perilaku audiens di berbagai platform dan memberikan wawasan tentang minat dan preferensi mereka.
    - c. *A/B testing* memungkinkan pengujian berbagai versi pesan dan visual untuk menentukan mana yang paling efektif.

Dari uraian di atas, salah satu dampak dari teknologi adalah kemampuannya dalam menjangkau audiens yang lebih luas tanpa terbatas oleh batasan geografis. Media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, dan *TikTok* telah merevolusi cara komunikasi dilakukan, memungkinkan pesan untuk disebarkan secara instan ke berbagai lapisan masyarakat. Selain itu, aplikasi pesan instan seperti *WhatsApp* dan *Telegram* memberikan akses langsung dan personal kepada audiens, sehingga komunikasi

dapat berlangsung dengan lebih efektif dan bersifat dua arah.

Selain memperkuat penyampaian pesan, teknologi juga berperan dalam mengukur efektivitas strategi komunikasi. Dengan berbagai alat analisis data, organisasi dapat mengidentifikasi tren, menilai respons audiens, dan menyesuaikan strategi komunikasi mereka secara real-time. Fitur seperti *A/B testing*, *tracking engagement*, dan analisis sentimen memungkinkan evaluasi yang lebih mendalam terhadap dampak suatu kampanye komunikasi.

## KESIMPULAN

Strategi komunikasi yang efektif sangat penting dalam membentuk opini publik, terutama di era digital saat ini. Keberhasilan suatu strategi komunikasi bergantung pada pemahaman terhadap audiens, konsistensi dalam penyampaian pesan, serta kredibilitas sumber informasi. Selain itu, penggunaan teknik *framing* yang tepat dapat memengaruhi cara audiens memahami suatu isu, sementara mekanisme umpan balik memungkinkan interaksi yang lebih baik antara komunikator dan penerima pesan.

Media sosial, analisis data, dan personalisasi pesan menjadi alat utama dalam membangun keterlibatan audiens. Namun, tantangan seperti penyebaran disinformasi juga harus diatasi melalui literasi digital yang baik. Dengan memahami dan mengoptimalkan faktor-faktor internal, eksternal, serta proses komunikasi, organisasi maupun individu dapat menciptakan strategi komunikasi yang lebih efektif, membangun kepercayaan, dan memengaruhi opini publik secara positif.

## REFERENSI

- , I., Ahmad, I. and Gumelar, R.G., 2024. Pembentukan Opini Publik pada Pemilihan Umum 2024 (Studi Kasus Opini Publik–Survey Elektabilitas Capres-Cawapres 2024 Pasca Debat Pertama). *Syntax Idea*, 6(6), pp.2471-2482.
- Armawan, I., 2021. Strategi Komunikasi Pembangunan Masyarakat. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 1(2), pp.84-95.
- Bachtiar, A.Y., Perkasa, D.H. and Sadikun, M.R., 2016. Peran Media Dalam Propaganda. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 13(2), pp. 78-89
- Chatamallah, M., 2007. Opini Publik dan Kebijakan Pemerintah. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 8(2), pp.249-256.
- Fonna, N., 2019. *Pengembangan revolusi industri 4.0 dalam berbagai bidang*. Guepedia.
- Gunawan, I., 2022. *Metode Penelitian Kualitatif: teori dan praktik*. Bumi Aksara.
- Indrawan, J. and Ilmar, A., 2020. Kehadiran media baru (new media) dalam proses komunikasi politik. *Medium*, 8(1), pp.1-17.
- Indrawan, R.M.J., 2017. Dampak komunikasi politik dan opini publik terhadap perilaku masyarakat. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), pp.171-179.
- Maduratna, E.S., Gunarso, S., Aladdin, Y.A., Fathiyah, F. and Herlinah, H., 2024. *BUKU REFERENSI ILMU KOMUNIKASI: Panduan Praktis Sukses Berkomunikasi pada Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Milyane, T.M., Umiyati, H., Putri, D., Akib, S., Daud, R.F., Rosemary, R., Athalarik, F.M., Adiarsi, G.R., Puspitasari, M., Ramadhani, M.M. and Rochmansyah, E., 2022. *Pengantar ilmu komunikasi*. Penerbit Widina.
- Mulyadi, M., 2012. Riset desain dalam metodologi penelitian. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 16(1), pp.71-80.
- Nimrah, S. and Sakaria, S., 2015. Perempuan dan budaya patriarki dalam politik: Studi kasus kegagalan caleg perempuan dalam pemilu legislatif 2014. *The Politics: Jurnal Magister Ilmu Politik Universitas Hasanuddin*, 1(2), pp.173-181.
- Nuraliza, V., Rahmadi, A.N., Mubaroq, A., Kristiyono, K., Melani, A.P. and Ifana, A., 2024. Peran komunikasi politik dalam membentuk opini publik menghadapi Pemilu 2024. *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa dan Pendidikan*, 4(1), pp.245-261.

- Qadri, M., 2020. Pengaruh media sosial dalam membangun opini publik. *Qaumiyah: Jurnal Hukum Tata Negara*, 1(1), pp.49-63.
- Saragih, J., Purba, M., Manik, M., Aulia, N.D., Wulandari, W. and Sihaloha, O.A., 2024. Peran Influencer Instagram dalam Membentuk Opini Publik Dan Partisipasi Politik. *Journal Education and Government Wiyata*, 2(4), pp.396-406.