

DAFTAR PUSTAKA

- Adheista, M., Nabilah, I., & Iqbal, M. (2020). Kepentingan Ekonomi Dan Politik Media Dalam Ruang Publik Indonesia. *Jurnal AKRAB JUARA*, 59(2), 1–17. <https://akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/1019>
- Alam, S. (2016). *Stand Up Comedy Indonesia Sebagai Media Kritik Sosial (Analisis Wacana Stand Up Comedy Indonesia Season 4 di Kompas TV)*. Skripsi Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauiddin Makassar.
- Alfani, H. (2014). Perspektif Kritis Ekonomi Politik Media: Konglomerasi, Regulasi Dan Ideologi. *Avant Garde / Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 10–26. <https://doi.org/10.36080/avg.v2i2.34>
- Ali, M. (2018). Analisis Ekonomi Politik Terhadap Korupsi (Dalam Perspektif Struktural Menuju Pemahaman Teoritik Baru Tentang Korupsi Politik Di Indonesia). *JIAP (Jurnal Ilmu Administrasi Publik)*, 6(1), 56–63. <https://doi.org/10.31764/jiap.v6i1.666>
- Analisa.io. (2022). *Rating 4Maze*. <https://analisa.io/profile/4maze#>
- Anzari, P. P., & Fariza, N. P. (2021). Analisis framing pemberitaan penangkapan juliari batubara dalam korupsi dana bansos covid-19 pada kompas.com. *Jurnal Kajian Media*, 5(1), 39–49. <https://doi.org/10.25139/jkm.v5i1.3618>
- Aryono, D. (2019). *Akun Instagram @Banggaber Sebagai Media Kritik Sosial (Studi Analisis Wacana Kritis Teun a Van Dijk)*. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Media Kita.
- Baran, S. J. (2011). *Pengantar Komunikasi Massa: Literasi Media dan Budaya, Edisi Kelima Buku Satu*. Salemba Humanika.
- BBC News Indonesia. (2021). *Vonis Juliari Batubara: Diringankan karena cacian publik, “keberpihakan hakim untuk pelaku atau korban pandemi?”* <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-58320105>
- BPKP. (1999). *Strategi Pemberantasan Korupsi Nasional* (1th ed.). Pusat Pendidikan dan Pengawasan BPKP.
- Cakranegara, Susilowati, P. A., & Ety. (2017). *Analisis Strategi Implementasi Media Sosial (Studi Kasus UKM “XYZ”)*. <https://doi.org/10.33021/firm.v2i2.337>
- Cindoswari, A. R., & Dina, D. (2019). Peran Media Massa Terhadap Perubahan

- Perilaku Remaja di Komunitas KPopers Batam. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 53(2), 275–285. <https://doi.org/10.10358/jk.v5i2.666>
- Creswell, J. W. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Darma, Y. A. (2014). *Analaisis Wacana Kritis*. Refika Aditama.
- David Holmes. (2012). *Teori Komunikasi:Media, Teknologi, dan Masyarakat*. Pustaka Pelajar.
- Dwita, D. (2019). Televisi dan Kepentingan Pemilik Modal Dalam Perspektif Teori Ekonomi Politik Media. *Jurnal IPTEKS Terapan*, 8(4), 1–26. <https://doi.org/10.22216/jit.2014.v8i4.21>
- Eriyanto. (2011). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Lembaga Kajian Islam dan Studi (LKIS).
- Fowler. (1993). *Wild Life Medicine Course*. Direcorate General Of Livestock Service.
- Hafidz, J., & Widodo, A. (2015). Pelanggaran Perpres Nomor 54 Tahun 2010 Tentang Pengadaan Barang Dan Jasa Pemerintah Oleh Penyedia Barang Dan Jasa Atau Pengguna Jasa Dalam Perspektif Tindak Pidana Korupsi. *Jurnal Pembaharuan Hukum*, 2(2), 151–161. <https://doi.org/10.33084/mits.v5i2.269>
- Haryanto, A. (2020). *Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia*. Detikinet.
- Haryatmoko. (2016). *Critical Discourse Analysis (Analisis Wacana Kritis)*. Raja Grafindo Persada.
- Haryatmoko. (2017). *Critical Discourse Analysis (Analisis Wacana Kritis) Landasan Teori, Metodologi, dan Penerapan*. Raja Grafindo Persada.
- Haryatmoko. (2019). *Critical Discource Analysis (Analisis Wacana Kritis)* (3rd ed.). Rajawali Pers.
- Hawthorn. (1992). *Pengertian Wacana* (1st ed.). Pustaka Prima.
- Hidayat, A. N., & Ruslan, A. (2018). Penerapan Teori Ekonomi Politik Media Dalam Program Fashion Heritage Di Tv Mnc Fashion Tv Satelit Indovision. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 4(2), 1–14. <https://doi.org/10.10358/jk.v4i2.482>
- Husein, M. I., & Wance, M. (2021). Analisis Wacana Kritis Berita Konflik di Media Ambon Ekspres dan Siwalima. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(9), 1995–

2009. <https://doi.org/10.47492/jip.v1i9.392>
- Hutami, M. F., & Sjafirah, N. A. (2019). Framing Media Online Tribunnews.com Terhadap Sosok Perempuan Dalam Berita Video Pornografi Depok. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 2(1), 25–43. <https://doi.org/10.24198/kj.v2i1.21072>
- Ibrahim, I. S. (2011). *Budaya Populer Sebagai Komunikasi*. Jalasutra.
- Imran, H. A. (2015). Penelitian Komunikasi Pendekatan Kualitatif Berbasis Teks. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 19(1), 129–139.
- Interprise. (2012). *Chatting Tanpa Batas Menggunakan Whatsapp*. Elex Media Komputindo.
- Jayani, D. H. (2020). *10 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia>
- Juju, & Sulianta, F. (2010). *Branding Promotion with Social Network*. Elex Media Komputindo.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Khairani, R., & Shaleh, R. (2019). Kepentingan Ekonomi-Politik Media Dalam Pemberitaan Pada Media Cetak Serambi Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 3(4), 1–15. www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts Instagram Utilization Strategy As A Digital Marketing Communication Media By Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1).
- Mauludy, M. (2018). *Analisis Wacana Persuasif Pada Akun Instagram @Geranakannikahmuda*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (40th ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Mosco, V. (2009). *The Policial Economy of Communication*. SAGE Publications.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi* (2nd ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Nurani, N. F. (2020). Analisis Wacana Kritis Penyandang Disabilitas dalam Film

- Dancing In The Rain. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 9(2), 84–95. <https://doi.org/10.31504/komunika.v9i2.3064>
- Pendidikan Nasional, D. (2014). *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (4th ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Prasetya, A. Y., Sugiharti, & Fadhila, Z. R. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Desa Boja. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 102–108. <https://doi.org/10.29040/budimas.v3i1.1628>
- Pujileksono, S. (2016). *Metode Penelitian Komunikasi* (2nd ed.). Kelompok Intrans Publishing.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Putra, M. (2018). *Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi (Studi Kasus Pada Online Shop @Siramah_jogja)*.
- Putri, Z. (2021). *Hal Meringankan Vonis Juliari di Kasus Bansos: Menderita Dihina Publik*. 2DetikNews. <https://news.detik.com/berita/d-5692919/hal-meringankan-vonis-juliari-di-kasus-bansos-menderita-dihina-publik>
- Putu, N., Eka, D., Putrayasa, I. B., & Artika, I. W. (2019). Analisis Wacana Kritis Teun A. Van Dijk Pada Teks Pidato Klaim Kemenangan Pilpres 2019. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Pembelajaran*, 3(3), 356–362. <https://doi.org/10.23887/jipp.v3i3.21846>
- Rany, Alya P., Salsabila A. Farhani, Nurina, Vidya R. Nurina, L. M. P. (2020). Tantangan Indonesia Dalam Mewujudkan Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan Melalui Indoensia Green Growth Program Oleh Bappenas. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 20(1), 63–73. <https://jurnal.uns.ac.id/jiep/article/view/38229>
- Ridho, A., & Dharmawan, A. (2019). Bisnis Konten Media Pada Rubrik Zetizen Dalam Pendekatan Ekonomi Politik Media. *Commercium*, 2(1), 18–23.
- Rohmah, N. N. (2020). Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification). *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1–16. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/jail/article/view/2957/1905>
- Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2019). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja. *Interaksi Online*, 6(4), 1–12.

- Salama, N. (2010). *Fenomena Korupsi Indonesia (Kajian Mengenai Motif dan Proses Terjadinya Korupsi)*.
- Santoso, I. (2011). *Memburu Tikus-Tikus Otonom* (1th ed.). Gava Media.
- Sarah, N. (2019). *Analisis Wacana Kritis Perspektif Teun A. Van Dijk Terhadap Media Sosial Pada Akun Instagram @indonesiatanpapacaran*. Skripsi Program Studi Aqidah dan Filsafat Islam Fakultas Ushuluddin dan Flsafat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Shoim, M. (2009). *Laporan Penelitian Individual (Pengaruh Pelayanan Publik Terhadap Tingkat Korupsi pada Lembaga Peradilan di Kota Semarang)*.
- Sobur, A. (2012). *Analisis Teks Media*. Remaja Rosdakarya.
- Subandi, Z. E., & Sadono, T. P. (2018). Komodifikasi, Spasialisasi, Dan Strukturasi Dalam Media Baru Di Indonesia (Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco Pada Line Webtoon). *National Conference of Creative Industry: Sustainable Tourism Industry for Economic Development*, 821–842. <https://doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1297>
- Sucahya, M. (2013). Ruang Publik dan Ekonomi Politik Media. *Jurnal Komunikasi*, 2(3), 15–23.
- Sudiby, A. (2000). Absennya Kajian Ekonomi Politik Media di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 4(2), 115–134. <https://doi.org/10.22146/jsp.11116>
- Sugiyanto, D. R. (2015). Komodifikasi Berita Dibalik Ideologi Ekonomi Politik Media (Studi Pada Program ‘Polemik’ Di Radio Sindo Trijaya 104.6 Fm Jakarta). *Jurnal Komunikasi*, 7(1), 57–69. <https://doi.org/10.24912/jk.v7i1.7>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). CV Alfabeta.
- Sunarto. (2009). *Televisi, Kekerasan, dan Perempuan*. Kompas.
- Suryani, I. (2014). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015 (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat) . *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 123–138.
- Suryani, Ita. (2015). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat) Ita. *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 123–138.

- Tempo.co. (2021). *Kasus Korupsi Juliari Batubara: Minta Dibebaskan, Hakim Vonis 12 Tahun Penjara*. <https://nasional.tempo.co/read/1497948/kasus-korupsi-juliari-batubara-minta-dibebaskan-hakim-vonis-12-tahun-penjara/full&view=ok>
- Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan Republik Indonesia*. Pusat Hubungan Masyarakat.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271–278. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta/article/view/4387>
- Widiatmoko, W. (2013). Analisis Kohesi Dan Koherensi Wacana Berita Rubrik Nasional Di Majalah Online Detik. *Jurnal Sastra Indonesia*, 2(1), 1–7.
- Winarso, B. (2015). *Apa Itu Instagram, Fitur dan Cara Menggunakannya?* Dailysocial.Id. <https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram>
- Wiqoyatilla, M. (2020). *Analisis Wacana Kritis Covid-19 di Akun Instagram @Jrxsid*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Zuhri, A. (2020). Instagram, Pandemi, dan Influencer (Analisis Wacana Kritis pada Postingan Akun Instagram @ najwashihab dan @ jrksid). *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 1(2), 352–382. <https://doi.org/10.22515/ajdc.v1i2.2722>