

# **Analisis Framing Citra Politik Eri Cahyadi Dalam Program Perkuat Pelayanan Di Garda Terdepan Pada Akun Instagram @Ericahyadi\_**

**<sup>1</sup>Syaila Rosvina, <sup>2</sup>Arif Darmawan, <sup>3</sup>Herlina Kusumaningrum**

<sup>1,2,3</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email : [syailarosvina77@gmail.com](mailto:syailarosvina77@gmail.com)

## ***Abstract***

*Along with the development of the times, the use of media is needed by the community. The existence of the media is not only able to provide information, but today's media can also carry out transactions, become a promotional event and many other functions. Seeing one of the functions of the media as a promotional event, of course this is very well utilized by the Mayor of Surabaya, namely Eri Cahyadi or commonly known as Cak Eri, Cak Eri uses social media to introduce himself to the public, so that it can automatically shape his image. In Cak Eri's leadership, he always documents it and then publishes it on his social media accounts, especially on his Instagram account @ericahyadi\_, this is intended so that Cak Eri can form the image he wants through Instagram media, so that in that way Cak Eri can immediately get feedback from the public, namely in the form of Like and comment on the post. The frequent emergence of problems with poor public service by the Surabaya government apparatus, made Cak Eri create many changes to facilitate all the affairs of Surabaya residents, Cak Eri created innovations and new regulations so that Surabaya residents were not complicated by bureaucracy and existing system regulations. To find out how to frame political image Eri Cahyadi in the service strengthening program at the Front Guard, researchers will observe @ericahyadi\_'s Instagram posts using the Framing Analysis model of Zhongdang Pan and Gerald m. Kosicki as well as with the theory of reality construction. To select the Unit of Analysis, the researcher chose 4 Instagram posts by @ericahyadi\_ with the theme of service programs at the Front Guard.*

**Keywords:** *Framing, Political Image, Public Service.*

## **Abstrak**

Seiring berkembangnya zaman, penggunaan media sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Adanya media tidak hanya dapat memberikan informasi, melainkan media saat ini juga dapat bertransaksi, menjadi ajang promosi dan masih banyak fungsi lainnya. Melihat salah satu fungsi media sebagai ajang promosi tentunya hal ini sangat dimanfaatkan sebaik mungkin oleh Walikota Surabaya yaitu Eri Cahyadi atau biasa dikenal dengan panggilan Cak Eri, Cak Eri menggunakan media sosial untuk mengenalkan sosok dirinya pada khalayak, sehingga secara otomatis hal tersebut dapat membentuk citranya. Dalam kepemimpinan Cak Eri selalu mendokumentasikannya lalu dipublikasi pada akun sosial media yang dimiliki terutama pada akun Instagramnya @ericahyadi\_, hal ini bertujuan agar Cak Eri dapat membentuk citra yang diinginkannya melalui media Instagram, sehingga dengan seperti itu Cak Eri dapat langsung mendapatkan *feedback* dari masyarakat yaitu berupa *Like* dan komentar pada postingannya. Sering munculnya permasalahan tidak baiknya pelayanan publik aparat pemerintah Surabaya, membuat Cak Eri menciptakan banyak perubahan untuk memudahkan segala urusan warga Surabaya, Cak Eri membuat inovasi serta peraturan baru agar warga Surabaya tidak dipersulit oleh birokrasi dan peraturan sistem yang ada. Untuk mengetahui bagaimana

pembingkaiian citra politik Eri Cahyadi dalam program perkuat pelayanan di Garda Terdepan, peneliti akan mengamati postingan instagram @ericahyadi\_ dengan menggunakan Analisis Framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki serta dengan teori konstruksi realitas. Untuk memilih Unit Analisis, peneliti memilih 4 posting instagram @ericahyadi\_ yang bertemakan program pelayanan di Garda Terdepan.

**Kata kunci :** *Framing*, Citra Politik, Pelayanan Publik.

## **Pendahuluan**

Para aktor politik menggunakan komunikasi politik untuk membangun citra, membentuk opini publik, melakukan sosialisasi politik serta mempersuasi masyarakat agar mendapatkan kepercayaan. Sehingga semua kegiatan politik yang dilakukan oleh aktor politik nantinya diharuskan menggunakan komunikasi politik untuk dapat mencapai tujuannya. Maka dari itu, agar dapat memudahkan para aktor politik dalam melakukan komunikasi politik dibutuhkannya media seperti internet dalam penyampaian pesan (Firmanzah, 2012 Hlm. 242-243).

Menurut (Firmanzah, 2012 hl. 242) dalam bukunya berasumsi bahwa komunikasi politik memiliki tujuan utama yaitu menciptakan pemahaman politik yang sama antara aktor politik dengan aktor politik ataupun aktor politik dengan masyarakat. Komunikasi politik juga digunakan ketika aktor politik akan ataupun sedang membangun citra politik. Citra politik merupakan identitas politik yang terbentuk dengan semua informasi yang diterima masyarakat, baik secara langsung ataupun menggunakan bantuan media sosial untuk mempermudah proses pelaksanaan. Menurut (Arifin, 2006, hl. 1) citra politik juga dapat membangun pendapat umum, karena citra politik tercipta sebagai konsekuensi kognitif dari komunikasi politik.

Jaringan Komunikasi politik yang tercipta dengan memanfaatkan media sosial merupakan alasan utama untuk bisa membangun partisipasi agar bisa mendapatkan kontribusi dan feedback langsung dari masyarakat yang berupa *like* ataupun *comment*. Saat ini, media sosial adalah cara yang sangat baik dan mudah agar dapat menumbuhkan identitas pribadi untuk membangun reputasi (Ramadani & Hilmiyah, 2019). Oleh karena itu media sosial dapat digunakan oleh penggunanya dalam membangun *image* (citra) dan menjangkau target masyarakat lebih mudah tanpa harus mendatangi masyarakat langsung ke setiap tempatnya, hal ini sangat menguntungkan para aktor politik dikarenakan tidak harus melakukan usaha lebih untuk menjangkau target masyarakatnya.

Menurut (Jafar, 2020) dalam menciptakan citra politik yang baik bagi masyarakat, aktor politik harus memiliki program-program yang dapat mempermudah persoalan-persoalan masyarakat. Pelayanan publik dapat menjadi salah satu alasan utama untuk dapat mempengaruhi persepsi masyarakat, karena hal itu dapat dirasakan dan dikritik secara langsung oleh masyarakat sehingga sebuah citra politikpun akan terbentuk.

Seorang aktor politik atau pemimpin harus benar-benar memperhatikan hal ini, dengan usaha memperbaiki dan memperkuat pelayanan umum bagi masyarakat, otomatis citra politik baikpun akan timbul dikalangan masyarakat, hal ini sangat berpengaruh pada kepercayaan masyarakat. Maka dari itu, jika aktor politik atau pemimpin masyarakat dapat dengan baik meningkatkan kualitas pelayanan publik otomatis citra positif akan diterima

(Cahyadi Kurniawan, 2016). Pelayanan publik yang dimaksudkan pada penelitian ini hanya terfokus pada Lurah dan Camat.

Gambar 1. Komentar Postingan Instagram @ericahyadi\_ pada 28 Februari 2022



Menurut (Simarmata, 2014), aktor politik akan membuat opini publik di media sosial untuk membentuk persepsi masyarakat yang ditarget sesuai dengan tujuan yang diinginkan, sehingga memudahkan para aktor politik dalam melaksanakan komunikasi politiknya. Hal ini dapat dimanfaatkan para aktor politik untuk memudahkan mereka dalam membentuk citra (*image*). Sehingga nantinya para aktor politik tidak harus melakukan kampanye dari suatu tempat ke tempat lainnya untuk membentuk persepsi masyarakat, cara ini juga dapat menghemat biaya anggaran karena usaha yang dilakukan melalui media sosial tidak membutuhkan biaya cetak, transportasi, maupun konsumsi.

Salah satu jenis media sosial yang banyak digunakan di Indonesia saat ini adalah instagram, melansir dari (Suara.com, 2022), diberitakan bahwa popularitas Instagram di Indonesia saat ini semakin meningkat, hal ini ditandai dengan meningkatnya pengguna Instagram yang secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir ini. Pengguna aktif Instagram di Indonesia sudah mencapai 99,15 juta orang pada february 2022, Hal ini menjadi salah satu bukti nyata bahwa masyarakat Indonesia telah bergantung pada media sosial terutama pada Instagram karna penggunanya mencapai 35,7 persen dari total populasi.

Eri Cahyadi merupakan salah satu aktor politik yang terbilang aktif di media sosial terutama pada media Instagram. wali kota Surabaya yang telah dilantik pada 26 Februari 2021 ini telah memiliki 82 ribu pengikut di akun Instagramnya @ericahyadi\_ per April 2021. Eri Cahyadi, S.T., M.T. atau biasa dipanggil Pak Eri ini lahir di Surabaya pada tanggal 27 Mei 1977. Sebelum menjadi menjabat menjadi Wali Kota Surabaya, Eri pernah menjabat menjadi Plt Kepala Dinas kebersihan dan Ruang Terbuka Hijau dan Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Kota Surabaya pada tahun 2018 sampai 2020. Eri Cahyadi juga pernah mendapatkan penghargaan Surat Pendaftaran Ciptaan HAKI Aplikasi Pengadaan Barang/Jasa di Pemerintahan Kota Surabaya.

Setelah satu tahun kerja, sosok Eri Cahyadi terbilang seorang pemimpin yang masih banyak mendapatkan evaluasi dan kritikan dari masyarakat Surabaya maupun khalayak yang melihat postingan Eri di akun sosial medianya, hal ini terbukti dari beberapa komentar keluhan yang dilontarkan pada beberapa unggahan foto/video Eri Cahyadi di Instagram.

Salah satunya pada unggahan beberapa gambar yang dipublikasikan pada 28 Februari 2022. Masyarakat mengeluh dengan meningkatnya jumlah pengangguran pada masyarakat Surabaya, tak hanya itu Adapun masyarakat yang mengeluh agar gangster segera ditangani, serta masyarakat juga mengeluh agar tidak ada pengurangan kader kesehatan.

Akan tetapi dengan adanya Inovasi dan perubahan sistem pemerintahan yang lebih baik daripada system pemerintahan sebelumnya, tak jarang Eri Cahyadi sering mendapatkan kritikan pada beberapa postingan melalui komentar-komentar yang dituliskan para pembaca. Sudah bukan menjadi rahasia umum lagi bahwa Cak Eri sering dibandingkan dengan walikota sebelumnya yaitu Tri Rismaharini atau yang biasa dipanggil Bu Risma.

Dari beberapa program yang telah dilaksanakan oleh Eri Cahyadi, peneliti hanya akan fokus pada pembingkaiian citra politik Eri Cahyadi dalam program perkuat pelayanan di garda terdepan melalui akun instagramnya @ericahyadi\_, dimana pelayanan publik yang dilakukan oleh segenap perangkat Lurah dan Camat sendiri adalah pelayanan umum yang merupakan suatu bantuan untuk masyarakat dengan menggunakan cara-cara tersendiri yang membutuhkan hubungan interpersonal hingga masyarakat memiliki kepuasan dengan pelayanan yang telah diberikan, setiap pelayanan yang diberikan ditujukan agar memudahkan persoalan-persoalan masyarakat.

Pada akun Instagram @ericahyadi\_ terdapat beberapa unggahan video rells proses bagaimana Eri Cahyadi sebagai wali kota Surabaya melaksanakan programnya tentang memperkuat pelayanan di Garda Terdepan, Eri Cahyadi mengatakan akan terus mengoptimalkan kualitas pelayanan umum oleh segenap Lurah dan Camat diberbagai sudut tempat kota Surabaya, Eri Cahyadi juga merilis beberapa aplikasi pengaduan untuk dijadikan bahan evaluasi bagi para pelayan publik, aplikasi tersebut yaitu Wargaku, Sayang warga dan SSW Alfa, meskipun aplikasi ini belum berjalan secara maksimal yang dibuktikan dari beberapa komentar yang singgah di postingannya pada 28 february 2022, tak lupa Eri juga memberikan edukasi untuk para pelayan publik (Lurah dan Camat) agar lebih baik lagi dalam melayani dan memberikan kemudahan pelayanan publik kepada masyarakat di Kota Surabaya.

Dengan latar belakang yang telah dipaparkan ini, peneliti tertarik untuk meneliti tentang bagaimana pembingkaiian unggahan gambar pada akun instagram @ericahyadi\_ sebagai sarana penyampaian pesan komunikasi politik dalam membentuk citra politik. Maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul: **Analisis Framing Citra Politik Eri Cahyadi Dalam Program Perkuat Pelayanan di Garda Terdepan Pada Akun Instagram @ericahyadi**

### **Metode Penelitian**

Berangkat dari penelitian (Jafar, 2020) yang membahas elektabilitas pengaruh citra politik Calon Bupati 2018 Di Kabupaten Luwu. Kemudian jurnal (Mughtar Khoiruddin, 2016) yang membahas tentang Komunikasi Politik dan Pembentukan Citra Partai, Penelitian ini merupakan gabungan dari kedua penelitian terdahulu di atas. Dimana penelitian ini membahas bagaimana pembentukan Citra Politik.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data Framing Model Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki. Penelitian ini membedah cara-cara media dala mengkonstruksi fakta, dan menampakkan perspektif peneliti. Peneliti menganalisis dan menuliskan melalui sebuah postingan mengenai program pelayanan di garda terdepan pada aku @ericahyadi\_ melalui

observasi lewat dokumen yang telah didapatkan. Berdasarkan Analisis Framing Model Zhongdang Pan Dan Gerald M Kosicki didasarkan pada penonjolan fakta atau isu yang memiliki empat perangkat, yaitu struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Keempat dimensi struktural ini membentuk semacam tema yang mempertautkan elemenelemen semantik narasi berita dalam suatu koherensi global. Model ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai frame yang berfungsi sebagai pusat organisasi ide.

Analisis ini berhubungan dengan bagaimana seseorang memaknai suatu peristiwa.. Teori Framing Model Zhongdang Pan Dan Gerald M Kosicki digunakan oleh peneliti untuk menyeleksi isu, mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya (Sobur, 2001, hl. 162).

### **Hasil dan Pembahasan**

Hasil penelitian Analisis Framing Model Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki melalui beberapa postingan gambar pada akun Instagram @ericahyadi\_, mengenai citra politik seorang Eri Cahyadi sebagai walikota Surabaya dalam salah satu programnya perkuat pelayanan di Garda Terdepan.

Pada Postingan pertama, tanggal 18 April 2021 Cak Eri memperlihatkan bagaimana sikap kepemimpinan Cak Eri yang aktif mengerjakan programnya dalam memperbaiki pelayan publik di Garda Terdepan. Tidak hanya janji-janji semata, dengan gambar postingan serta *caption* yang ditulis, Cak Eri membuktikan bahwa Cak Eri benar-benar mengerjakan program yang dijanjikannya yaitu memperkuat pelayanan di Garda Terdepan. *Caption* yang ditulis Cak Eri juga sesuai dengan gambar yang diposting pada akun instagramnya @ericahyadi\_ sehingga membuat khalayak tau bahwa Cak Eri sebagai Walikota bersungguh-sungguh dalam bekerja memperbaiki pelayanan publik. Postingan ini mendapat 1.262 *like* dan 52 komentar.

Pada postingan yang kedua, tanggal 20 Mei 2021 Cak Eri memberitahukan warga Surabaya untuk dapat menyampaikan keluh kesahnya secara langsung di kelurahan yang diadakan, terlihat dari postingan serta *caption* yang telah Cak Eri tulis menunjukkan bahwa Cak Eri adalah sosok pemimpin yang sangat dekat dan peduli dengan warga Surabaya. Dari postingan ini juga Cak Eri membuktikan bahwa Cak Eri melakukan kerja nyata dan menampak integritas sosok kepemimpinannya. *Caption* yang ditulis Cak Eri ini juga sesuai dengan gambar yang diposting pada akun instagramnya, sehingga membuat khalayak yang melihat ataupun membaca postingan tersebut tau bahwa Cak Eri sebagai Walikota bekerja nyata, peduli serta dekat dengan warganya. Pada postingan tersebut mendapatkan 1.841 *like* dan 90 komentar.

Pada postingan yang ketiga, tanggal 1 Oktober 2021, Cak Eri memperlihatkan sikap kepemimpinan Cak Eri yang dihormati oleh para pejabat yang dilantik, Cak Eri juga memperlihatkan bahwa kepemimpinannya rendah hati dengan mengangkat tangannya serta menaati peraturan yang ada dengan menggunakan masker dan melakukan *social distancing* saat acara berlangsung. *Caption* yang ditulis Cak Eri juga sesuai dengan gambar yang diposting pada akun instagramnya @ericahyadi\_ sehingga membuat khalayak tau bahwa Cak Eri sebagai Walikota yang selalu ada punya tindakan dalam bekerja memperbaiki pelayanan publik. Postingan ini mendapatkan 2.467 *like* dan 52 komentar.

Pada postingan yang keempat, tanggal 19 November 2021 Cak Eri menampakkan bukti bahwa Cak Eri memiliki inovasi untuk mempermudah urusan warga Surabaya, dalam *captionnya* Cak Eri berkata “Jadi, ketika ada yang mengurus apakah itu akta kematian atau akta kelahiran, maka semua akan bisa di selesaikan tingkat RT. Nggak perlu ke kantor kelurahan atau kantor Dispendukcapil. Cukup di RT saja berhenti. Program ini bisa menjadi alternatif bagi warga yang kesulitan dengan aplikasi Klampid”. Hal tersebut menunjukkan bahwa Cak Eri tidak mempersulit warga Surabaya dan memberikan solusi atas permasalahan warga Surabaya. Postinga ini mendapatkan 1.616 *like* dan 36 komentar.

## **Penutup**

Berdasarkan analisis data yang telah peneliti lakukan melalui Analisis *framing* citra politik Eri Cahyadi Sebagai walikota Surabaya dalam 4 postingan feed Instagram pada akun instagramnya @ericahyadi\_ yang sudah peneliti pilih dengan menggunakan pendekatan analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald Kosicki. Maka ditemukan pembentukan citra politik seorang Eri Cahyadi sebagai Walikota Surabaya melalui akun Instagramnya @ericahyadi\_ dalam program memperkuat pelayanan publik di Garda Terdepan yaitu Cak Eri membentuk citra dirinya sebagai pemimpin yang aktif mengerjakan programnya dalam memperbaiki pelayanan publik di Garda Terdepan, yang artinya Cak Eri tidak hanya memberikan janji-janji semata. Cak Eri juga mebentuk citranya sebagai sosok pemimpin yang inovatif dan sangat dekat serta peduli dengan warga Surabaya, dari postingan yang sudah peneliti pilih Cak Eri juga dengan sengaja memberikan bukti bahwa Cak Eri melakukan kerja nyata dan menampak integritas sosok kepemimpinannya. Cak Eri membentuk citranya sebagai sosok pemimpin yang sangat dihormati oleh para pejabat lainnya, dinamakan dengan hal tersebut Cak Eri menampilkan bahwa dirinya termasuk pemimpin yang baik dengan staff maupun warga Surabaya.

Tak hanya itu, dalam postingan yang sudah peneliti pilih Cak Eri juga menampilkan citranya sebagai sosok pemimpin yang tegas dan berani meluapkan emosinya pada media, hal ini tentunya memiliki kesamaan dengan walikota sebelumnya yaitu Tri Rismaharini, Cak eri juga menampilkan dirinya sebagai sosok pemimpin yang peduli dan dekat dengan masyarakat, serta inovatif dalam mengerjakan tugasnya sebagai walikota Surabaya.

Berdasarkan kesimpulan diatas maka peneliti memberikan saran kepada pengelola akun Instagram @ericahyadi\_, diharapkan harus lebih memperhatikan penulisan *caption*, salah satu postingan Cak Eri memperlihatkan penulisan *caption* yang tidak jelas, dan juga diharapkan untuk pengelola akun Instagram @ericahyadi\_ lebih teliti dalam membuat isi *caption* dengan gambar yang diposting, karna salah satu postingan yang sudah peneliti pilih menampakkan ketidak sinkronan antar gambar postingan dengan isi *caption*, hal tersebut tentunya dapat membingungkan khalayak yang membaca postingan tersebut.

## **Daftar Pustaka**

Alvin, S. (2019). Manajemen Citra Politik Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno Melalui

- Akun @Prabowo dan @Sandiuno. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasin*, 13 (2), 229–247.  
<http://ejournal.uinsaizu.ac.id/index.php/komunika/article/view/2538/1863>
- Budiman, J., & Tamburian Daniel. (2018). *Komunikasi Politik Megawati Dalam Membangun Brand Image Partai*. 2, 401–408. file:///C:/Users/Syaila Rosvina/Downloads/Literatur Skripsi PDI/3916-8311-1-SM.pdf
- Postingan Instagram 1 Tahun Kerja Eri Cahyadi Dan Armuji, (2022).  
<https://www.instagram.com/p/CahZs6MJcr5/>
- Effendi, Onong, & Uchjana. (1992). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Fatanti, M. N. (2018). Olah Tubuh Politisi dalam Bingkai Media: Analisis Komunikasi Non Verbal Surya Paloh dalam Membangun Citra Politik. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 5 (1), 26–37. <http://www.jke.feb.ui.ac.id/index.php/jkmi/article/viewFile/8911/4087>
- Fauzi, H. (2019). *Analisis Framing Model Pan dan Kosicki Berita Kampanye Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Indonesia 2019 Pada Media Cetak Harian Duta Masyarakat Rentang Waktu 23 September – 30 November 2018*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. [http://digilib.uinsby.ac.id/29645/1/HepiFauzi\\_B76215043.pdf](http://digilib.uinsby.ac.id/29645/1/HepiFauzi_B76215043.pdf)
- Firmanzah. (2012). *Marketing Politik* (I. Banu (ed.); 3rd ed.). Yayasan Pustaka Obor Indonesia Anggota IKAPI DKI Jakarta.
- Jafar, M. M. (2020). *Pengaruh Citra Politik Terhadap Elektabilitas Calon Bupati 2018 Di kabupaten luwu*. UNIVERSITAS MUAHAMMADIYAH MAKASSAR.  
[https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/11871-Full\\_Text.pdf](https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/11871-Full_Text.pdf)
- Kusumaningrum, H. (2021). *KONSTRUKSI PEMBERITAAN KASUS KORUPSI FUAD AMIN IMRON DI PERS LOKAL (Analisis Framing terhadap Pemberitaan Korupsi Suap Kontrak Jual Beli Gas Alam dan Tindak Pidana Pencucian Uang yang Melibatkan Fuad Amin Imron di Surat Kabar Lokal Jawa Pos Radar Madura P*. Universitas 17 Agustus Surabaya.
- Moleong, L. J. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif (Revisi)*. Remaja Rosdakarya.
- Muchtar Khoiruddin. (2016). Komunikasi Politik dan Pembentukan Citra Partai. *Ilmu Komunikasi*, 14 (2), 136–147.  
[https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=Komunikasi+Politik+dan+Pembentukan+Citra+Partai&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Komunikasi+Politik+dan+Pembentukan+Citra+Partai&btnG=)
- Ramadani, R., & Hilmiyah, M. (2019). Pembentukan Citra Politik Di Media Sosial Twitter. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 9 (2), 254–268. file:///C:/Users/Syaila Rosvina/Downloads/1126-Article Text-1701-1-10-20200110.pdf
- Satijaningrum, E. (2009). *Inovasi Pelayanan Publik*. PT. Medika Aksara Globalinda.  
[https://repository.unair.ac.id/97696/1/22\\_HASIL\\_PEER\\_DAN\\_VALIDASI\\_KADEP\\_KARIL\\_BU\\_ERNA.pdf](https://repository.unair.ac.id/97696/1/22_HASIL_PEER_DAN_VALIDASI_KADEP_KARIL_BU_ERNA.pdf)
- Simarmata, S. (2014). MEDIA BARU, RUANG PUBLIK BARU, DAN TRANSFORMASI KOMUNIKASI POLITIK DI INDONESIA. *Jurnal InterAct*, 3 (2), 18–35.  
file:///C:/Users/Syaila Rosvina/Downloads/721-1226-1-PB (2).pdf