

## Ekologi Media Sosial TikTok @Pandawaragroup

Indra Sim Nurfiyadi<sup>1</sup>, Muhammad Adi Pribadi<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta  
Email: indra.915200205@stu.untar.ac.id

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta\*  
Email: adip@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 10-10-2023, revisi tanggal : 15-11-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal : 13-01-2024

---

### Abstract

*TikTok's social media account @PandawaraGroup attracted public attention due to young people's awareness and concern for waste issues; through unique and educative content, @PandawaraGroup managed to gather a large audience of followers who care about the environment. Media ecology is a study of knowing and studying how media technology affects society and its users. The TikTok account @Pandawaragroup publicizes youth waste cleanup activities that draw mixed reactions from internet users, both from within the country and abroad. This research uses a qualitative approach with a case study method. Data processing is done through data reduction, data processing, and conclusion drawing. This research wants to discover how media ecology can play a role on the TikTok platform, a medium of interaction with its users through content concerned with waste. The positive and responsive participation of TikTok users in @Pandawaragroup content shows that the TikTok platform can effectively campaign for environmental issues and mobilizing the community.*

**Keywords:** content, ecology, media

### Abstrak

Akun media sosial TikTok @PandawaraGroup menarik perhatian publik dengan kesadaran dan kepedulian anak muda pada permasalahan sampah. Melalui konten yang unik dan edukatif @PandawaraGroup berhasil mengumpulkan pengikut audiens yang besar dan peduli terhadap lingkungan. Ekologi media merupakan studi untuk mengetahui dan mempelajari bagaimana pengaruh teknologi media terhadap masyarakat dan penggunaannya. Akun TikTok @Pandawaragroup mempublikasikan aktivitas bersih-bersih sampah kaum muda yang menuai reaksi beragam dari pengguna internet, baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pengolahan data dilakukan melalui tahapan reduksi data, pengolahan data, hingga penarikan kesimpulan. Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana ekologi media dapat berperan pada platform TikTok yang menjadi media interaksi dengan penggunaannya melalui konten kepedulian terhadap sampah. Partisipasi positif dan responsif pengguna TikTok terhadap konten @Pandawaragroup menunjukkan bahwa platform TikTok dapat dijadikan sarana efektif dalam mengkampanyekan isu-isu lingkungan dan memobilisasi masyarakat.

**Kata Kunci:** ekologi, konten, media

### 1. Pendahuluan

Berdasarkan Hootsuite (*We Are Social*), *Indonesian Digital Report* terdapat peningkatan pengguna media sosial di Indonesia yang cukup pesat. Aplikasi TikTok menduduki peringkat ke-4 dalam peningkatan penggunaan media sosial di Indonesia dan peningkatan jumlah populasi terbesar di Indonesia (Sugianto Putri, 2016).

TikTok merupakan aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk membuat, berbagi, dan mendapatkan informasi berupa konten video pendek. TikTok tersedia sejak tahun 2017 untuk versi internasional, sedangkan versi China sudah tersedia sejak 2016. Meskipun terbilang baru, TikTok telah diunduh lebih dari 2 miliar dan termasuk dalam kategori aplikasi yang paling banyak diunduh dalam dekade terakhir (SensorTower, 2020).

Ekologi media merupakan suatu studi yang mempelajari pengaruh teknologi media terhadap masyarakat dan penggunanya. Terdapat tiga asumsi yang membentuk teori ekologi media menurut McLuhan (dalam West & Turner, 2013) yaitu media memengaruhi hampir seluruh aspek dalam tindak tanduk masyarakat, media mempengaruhi persepsi kita dan mengorganisasikan pengalaman-pengalaman, dan media mempersatukan seluruh dunia (Pribadi, 2022).

Fenomena media sosial, khususnya TikTok, telah menjadi bagian integral dalam kehidupan kita di era digital ini. Di sisi lain, isu kepedulian terhadap sampah dan lingkungan semakin mendesak dalam tatanan global, memerlukan upaya kolaboratif dan inovatif untuk mengatasinya. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki relevansi yang signifikan dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan di mana penelitian ini akan menjelaskan bagaimana akun TikTok @Pandawaragroup menggunakan platform ini untuk menyuarakan dan mempromosikan isu-isu lingkungan dan sosial, serta memahami dampak dalam konteks ekologi media.

Pada tahun 2022, Pandawaragroup, sebuah kelompok yang beranggotakan lima individu berasal dari kota Bandung terbentuk. Kelompok ini beranggotakan, Agung Permana, Rafla Pasya, Gilang Rahma, Muhammad Ikhsan, dan Rifki Sadulah. Nama "Pandawara" sendiri merupakan bentuk penggabungan kata, Yakini "Panda" memiliki arti lima, sementara "Wara" berarti baik. Gabungan kedua kata tersebut memberikan makna bahwa Pandawara merupakan kelompok lima pemuda yang membawa kabar baik.

Akun TikTok @Pandawaragroup, aktif mempublikasikan kegiatan bersih-bersih sampah, yang mendapatkan respons positif dari netizen dan menciptakan gelombang tanggapan yang cukup besar, baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Saat ini, akun TikTok dari @Pandawaragroup telah diikuti lebih dari 1 juta pengikut, lebih dari 3 juta yang menyukai *video* mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan terkait bagaimana ekologi media pada konten TikTok @pandawaragroup dalam upaya peduli sampah.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yang merupakan metode dalam suatu inkuiri empiris yang digunakan untuk menyelidiki fenomena dalam konteks kehidupan nyata, bila batas-batas antar fenomena dan konteks tak tampak dengan tegas dan memanfaatkan multi sumber bukti (Kampersad & Yin, 2014). Subjek pada penelitian ini yaitu audiens yang melihat atau menyaksikan konten video TikTok @pandawaragroup, dilanjutkan dengan objek penelitian yaitu konten TikTok pada akun @pandawaragroup terkait peduli sampah.

Penelitian ini mengadopsi metode analisis data yang disusun oleh Miles dan Huberman. Proses analisis data melibatkan beberapa tahapan, mulai dari reduksi data, pengolahan data, hingga penarikan kesimpulan. Data primer dapat dikumpulkan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan oleh penelitian

sebagai hasil dari pengumpulan informasi. Wawancara dilakukan pada enam informan untuk menggali respon terhadap konten TikTok @pandawaragroup.

Data sekunder yang berupa jurnal, buku, dan artikel juga digunakan sebagai sumber informasi untuk mendukung pemecah rumusan masalah dalam penelitian ini.

### 3. Hasil Temuan dan Diskusi

Teori Ekologi adalah penelitian mengenai bagaimana media dan proses komunikasi dapat berdampak pada persepsi, perasaan, emosi, dan nilai-nilai manusia, terutama dalam konteks perkembangan teknologi dapat berpengaruh pada komunikasi melalui inovasi baru (Rohimah & Hakim, 2019). Peneliti menemukan bahwa keterlibatan ekologi media dalam konten TikTok @pandawaragroup dalam berbagi kegiatan peduli sampah menjadi faktor kunci dalam menciptakan interaksi yang kuat dan mendalam dengan khalayak. Adanya kreativitas menciptakan pengalaman yang menarik dan merangsang partisipasi, memperkuat kesadaran dan keterlibatan khalayak publik terhadap isu sampah yang disajikan akun @pandawaragroup.

Pandawara Group adalah kelompok aktivis lingkungan yang peduli terhadap permasalahan sampah di Indonesia, khususnya di daerah Bandung. Mereka menggunakan akun TikTok mereka untuk menyampaikan pesan dan ajakan berupa konten video yang dikemas dengan strategi komunikasi persuasif. Konten mereka sangat bervariasi, mulai dari teknik asosiasi, integrasi, tataan, dan ganjaran, hingga Teknik Red-Herring yang digunakan pada kategori feedback untuk memberikan kepercayaan terhadap kredibilitas Pandawara Group. Akun TikTok @pandawaragroup, memiliki lebih dari 8.4 juta pengikut dan 158.5 juta *likes*. @pandawaragroup sering membagikan konten yang berisi momen ketika mereka melakukan aksi mengurangi sampah. Konten @pandawaragroup mendapat respon positif dari warganet dan telah membuat nama mereka menjadi *trend*.

Motif pengikut akun TikTok @Pandawaragroup dalam menggunakan TikTok sebagai media kampanye untuk edukasi kebersihan lingkungan. Motif tersebut melibatkan ketertarikan terhadap konten yang menarik dan edukatif. Selain itu, mereka juga merasa terinspirasi dan memiliki harapan untuk menginspirasi konten kreator lain melalui partisipasi dalam kampanye edukasi tersebut. Motif lainnya mencakup keprihatinan terhadap masalah lingkungan, dan juga beberapa pengikut menggunakan TikTok @Pandawaragroup untuk mendapatkan hiburan serta mengisi waktu luang, sekaligus turut ambil peran dalam kampanye edukasi kebersihan lingkungan yang diusung oleh akun tersebut.

Kemajuan teknologi merupakan suatu perkembangan yang tidak dapat diabaikan. Pada masa sekarang, manusia telah memperoleh kemudahan dalam menyelesaikan tugas dan berbagi informasi tanpa memerlukan waktu yang lama. Pesan dapat dengan cepat dikirimkan ke berbagai lokasi dalam waktu singkat. Teori Ekologi Media menekankan pada prinsip bahwa masyarakat tidak dapat dilepaskan dari pengaruh teknologi, dan teknologi tetap menjadi pusat perhatian bagi hampir semua lapisan masyarakat. Konsep dasar teori ini diperkenalkan pertama kali oleh Marshall McLuhan, yang dikenal dengan ungkapan "*Medium Is the Message*" atau "Medium, adalah Pesan." Ungkapan ini sering menjadi fokus perdebatan dan diyakini mencerminkan pandangan bahwa media yang digunakan untuk menyampaikan pesan memiliki signifikansi yang setara atau bahkan lebih penting daripada pesan itu sendiri. Hubungan manusia dengan teknologi yang memanfaatkan media bisa diibaratkan sebagai suatu bentuk simbiosis (Oktavianti & Loisa, 2021).

Lebih jauh, medium memiliki pengaruh lebih besar terhadap bawah sadar kita. Dalam teori ini, medium memiliki peran dominan dalam membentuk pesan, dan bukan sebaliknya. Dengan kata lain, media elektronik telah mengalami transformasi masyarakat secara mendasar. Masyarakat dewasa ini sangat tergantung pada teknologi melalui berbagai media dan struktur sosial suatu komunitas bergantung pada sejauh mana masyarakat mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi tersebut. Medium memiliki kapasitas untuk mengubah cara kita memahami orang lain, diri sendiri, dan lingkungan sekitar kita (Ruotsalainen & Heinonen, 2015). Terciptanya teknologi oleh manusia, begitupun manusia yang terbentuk oleh teknologi inilah yang menjadi konsep dasar teori ekologi media. Terdapat tiga asumsi yang membentuk teori ekologi media menurut McLuhan (dalam West & Turner, 2013):

- 1) Media memengaruhi hampir seluruh aspek dalam tindak tanduk dalam situasi ini, media mencakup segala aktivitas dalam masyarakat, dan aspek terpenting dari media bukanlah kontennya, melainkan teknologinya. Menurut pandangan McLuhan mungkin saja ada kaitan kuat dengan beragam bentuk media digital saat ini. Terlebih lagi, jika merunut Kembali pada permulaan media konvensional seperti radio, film, dan televisi. McLuhan juga mempertimbangkan dampak besar yang ditimbulkan oleh elemen-elemen seperti permainan, angka, dan bahkan uang yang dapat diakses oleh masyarakat.
- 2) Media memengaruhi sudut pandang kita dan mengelompokkan pengalaman-pengalaman. Dalam konteks ini dapat dilihat bahwa pandangan teori ekologi media bahwa kita dapat merasakan dampak langsung dari media pada persepsi tentang dunia. McLuhan mengungkapkan bahwa peran media sangatlah besar dalam membentuk cara kita memahami realitas, dimana setiap manusia menilai sesuatu, bereaksi terhadap sesuatu, dan merasakan sesuatu cenderung dipengaruhi oleh media.
- 3) Media mempersatukan seluruh dunia. Asumsi ketiga dari teori ekologi media telah menginspirasi slogan terkenal bahwa media menjadikan dunia semakin terhubung. McLuhan menggunakan frasa komunitas global (*global village*) untuk menjelaskan bagaimana media menyatukan seluruh dunia dalam berbagai aspek seperti politik, ekonomi, sosial, dan juga kebudayaan. Meskipun terdengar seperti klise untuk saat ini, McLuhan berpendapat bahwa media memiliki potensi untuk mengatur masyarakat secara sosial. Media elektronik, khususnya, memiliki kemampuan unik untuk menjembatani kebudayaan yang sebelumnya tidak pernah berinteraksi melalui konektivitas. Beberapa aspek yang terdapat pada hukum media meliputi:

Teori McLuhan didasarkan pada pemahaman sejarah perkembangan media. McLuhan menyoroti bagaimana media pada suatu periode waktu tertentu berperan sebagai alat yang membentuk masyarakat: (Gamaleri, 2019)

- 1) Era primitif  
Masyarakat *primitive* atau masyarakat oral memiliki stabilisasi yang lebih tinggi dibandingkan dengan peradaban manusia lainnya.
- 2) Era Baca Tulis  
Masyarakat Barat telah mempelajari cara untuk memahami efek dari huruf fonetis ketika mereka membentuk pola tertentu dalam kebudayaannya.

- 3) Era Media Cetak  
Merupakan hal yang paling besar dari tipografi terhadap manusia yaitu kemampuan untuk menyuarakan pendapat yang tanpa perlu menggunakan kekerasan fisik.
- 4) Era Elektronik  
Komputer merupakan satu-satunya teknologi yang luar biasa di antara teknologi lainnya yang pernah ditemukan, karena itu merupakan perpanjangan dari system syaraf pusat kita.

**Tabel 1. Hukum Media**

Hukum-Hukum Media	Deskripsi
Peningkatan ( <i>Enhancement</i> )	Apa yang ditingkatkan oleh media?
Kekunoan ( <i>Obsolescence</i> )	Apa yang media kesampingkan atau menjadikan usang?
Pemerolehan Kembali ( <i>Retrieval</i> )	Apa yang media peroleh dari masa lalu?
Pemutarbalikkan ( <i>Reversal</i> )	Ketika didorong secara maksimal, apa yang diputarbalikkan oleh media?

Sumber: Data olah Pribadi

### **Peningkatan (*Enhancement*)**

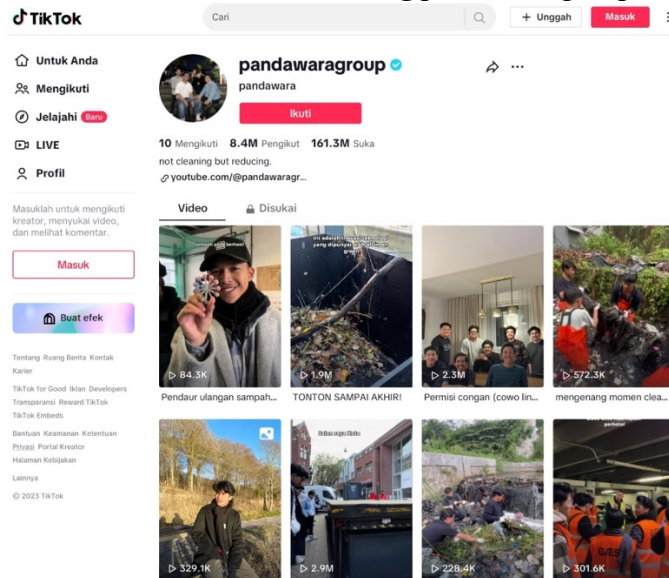
Internet membawa dampak beragam pada masyarakat. Pertama, internet meningkatkan kemampuan indrawi manusia, termasuk penglihatan dan pendengaran. Kedua, Internet memungkinkan akses ke berbagai informasi, termasuk data akta kelahiran, laporan keuangan, dan informasi orang hilang. Ketiga, Internet dapat memperkuat perbedaan kelas sosial karena penyebaran informasi yang cepat. Terakhir, Internet memperkuat desentralisasi kekuasaan dengan memungkinkan akses ke informasi masa lalu yang sebelumnya sulit dijangkau, tidak hanya bagi elit politik atau korporat, tetapi juga bagi semua orang.

Tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan teknologi telah mencapai tingkat yang luar biasa. Saat ini, manusia dapat dengan mudah menyelesaikan dan bertukar informasi tanpa perlu menghabiskan waktu yang lama. TikTok merupakan salah satu *platform* media yang memberikan kemudahan untuk mengakses informasi. Pengolahan informasi menjadi sebuah video dapat mempermudah dalam mencerna informasi yang didapat.

Pesan dapat disampaikan dengan cepat ke berbagai tempat dalam waktu yang singkat, menunjukkan kemudahan yang dimiliki oleh manusia berkat perkembangan teknologi. Pada hukum ekologi media (*law of media*) bagian peningkatan (*Enhancement*) menjelaskan bahawa internet mampu membedakan kelas sosial dengan penyebaran informasi yang cepat. Internet meningkatkan kemampuan indrawi kita, termasuk penglihatan dan pendengaran.

Menurut pandangan McLuhan, adanya kemungkinan yang memiliki kaitan kuat dengan berbagai bentuk media digital di era ini. Terlebih jika merangkai kembali pada permulaan media konvensional. Dalam mengkomunikasikan pesan untuk audiens melalui konten TikTok merupakan titik yang baik terutama untuk keterlibatan media sosial dapat mencakup yang cukup luas. Hal ini didukung melalui data bahwa internet dapat memperkuat desentralisasi kekuasaan yang memiliki kemungkinan akses informasi dapat diakses bagi semua orang.

**Gambar 1.** Akun TikTok @pandawaragroup



Sumber: TikTok

Internet akan selalu membawa berbagai dampak pada penggunaannya, hal ini membuat McLuhan berpendapat bahwa media memiliki kemampuan untuk menyatukan kebudayaan yang sebelumnya tidak pernah berinteraksi melalui konektivitas. Teknologi yang menggunakan media dapat kita jalinkan hubungan yang bersifat symbiosis (Azhari Harahap et al., n.d.)

### **Kekunoan (*Obsolescence*)**

Internet telah menciptakan komunitas global yang menghilangkan hambatan geografis. Kini, akses internet bahkan telah mencapai pedalaman Afrika. Selain itu, Internet secara bertahap lebih fokus pada mikromedia yang menyasar audiens yang lebih khusus daripada makromedia yang menargetkan massa, mengakibatkan perubahan dalam cara media tradisional seperti CBS, NBC, dan ABC menyampaikan berita. Terakhir, Internet telah menggeser bentuk komunikasi tatap muka, menggantikannya dengan bentuk komunikasi elektronik yang jauh lebih canggih dan efisien.

### **Pemerolehan Kembali (*Retrieval*)**

Mengacu pada kemampuan media dalam mengembalikan sesuatu yang mungkin telah hilang atau kurang mendapatkan perhatian sebelumnya. Sebagai contoh, televisi menyoroti stimulasi visual yang tidak dapat ditemukan pada radio, tetapi komunikasi tatap muka lebih jarang terjadi di televisi. Radio, sebaliknya, menerima sinyal dari pemancar, yang telah ada dalam sejarah Amerika selama dua abad terakhir. Media cetak muncul sebagai hasil dari kemampuan masyarakat secara luas untuk menghasilkannya.

Perspektif teori ekologi media, media dianggap sebagai elemen yang memiliki kemampuan mempengaruhi kehidupan manusia. Berdasarkan hasil yang diperoleh pada data primer menunjukkan bahwa informan cenderung menonton video konten TikTok dari akun @pandawaragroup. Adanya peningkatan Dalam sebuah masyarakat yang menekankan peningkatan eksistensi, kecerdasan, dan bahkan pola hidup, perubahan tersebut menjadikan manusia sangat responsif atau peka terhadap

teknologi. Dalam hasil observasi yang dilakukan peneliti mendapatkan hasil bahwa audiens yang memberikan reaksi, cenderung memberikan reaksi yang baik atau positif.

### **Pemutarbalikkan (*Reversal*)**

Internet, sebagai medium yang telah mencapai puncak perkembangan, telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dalam berbagai cara yang unik. Internet memiliki potensi untuk mengembalikan manusia ke bentuk komunikasi yang lebih primitif, seperti berdiskusi di forum daring atau berkomunikasi dalam "ruang percakapan" antara individu satu dengan yang lainnya. Dengan banyaknya orang yang menghabiskan waktu "berselancar" di Internet setiap hari, hal ini juga berpotensi mengisolasi manusia, mirip dengan dampak isolasi yang mungkin diakibatkan oleh menonton televisi

Berbagai reaksi yang dipengaruhi media, seperti yang dikatakan oleh McLuhan, media tidak hanya dilihat dari konsep yang hanya mencakup hal kecil, melainkan bahwa konsep luas bisa menjadi apa saja yang digunakan manusia. Dengan demikian, hukum ekologi media pada akun TikTok @pandawaragroup dapat dilihat dari cara mereka menggunakan teknik komunikasi persuasif untuk menyampaikan pesan mereka, motif dan tindakan pengikut mereka, serta bagaimana mereka memanfaatkan platform TikTok untuk mencapai tujuan mereka.

Media sebagai ekstensi manusia. Media sosial seperti TikTok bertindak sebagai ekstensi dari kemampuan manusia untuk berkomunikasi dan berinteraksi. Dalam hal ini, Pandawara Group menggunakan TikTok sebagai *platform* untuk menyebarkan kesadaran tentang isu lingkungan. Perubahan skala, tempo, atau pola. TikTok memungkinkan Pandawara Group untuk mencapai audiens yang lebih luas dan lebih cepat daripada metode tradisional. Ini mengubah skala dan tempo kampanye mereka.

Teknologi membuat lingkungan baru artinya TikTok menciptakan lingkungan baru di mana individu dapat berbagi dan menyerap konten. Lingkungan ini mempengaruhi bagaimana Pandawara Group menyampaikan pesan mereka dan bagaimana audiens mereka merespons. Teknologi Meningkatkan dan Mempercepat artinya media sosial TikTok memfasilitasi penyebaran informasi dengan cepat, memungkinkan Pandawara Group untuk merespons isu lingkungan secara *real-time*. Teknologi tidak netral artinya bahwa TikTok, seperti semua teknologi, tidak netral. Algoritma dan struktur platform mempengaruhi jenis konten yang populer dan bagaimana konten tersebut disajikan kepada audiens.

Hasil penyelidikan dari McLuhan menunjukkan bahwa internet sebagai medium sudah mencapai perkembangan akhir, karena internet berpotensi mengembalikan manusia ke bentuk komunikasi yang lebih primitif tercermin dalam kegiatan seperti berdiskusi di forum daring atau berkomunikasi dalam "ruang percakapan" antara individu satu dengan yang lainnya.

## **4. Simpulan**

Terdapat tahapan individual untuk berinteraksi dengan akun TikTok @Pandawaragroup melalui hukum-hukum ekologi media, yaitu: peningkatan, pemerolehan kembali, dan pemutarbalikkan. Konten video peduli sampah yang diunggah oleh akun TikTok @Pandawaragroup dinilai mampu menyampaikan pesan kepada para audiens dengan baik dilihat melalui respon positif yang diberikan oleh audiens. Keterlibatan TikTok sebagai media sosial yang digunakan oleh Pandawara

Group mampu memperlihatkan kepada audiens bahwa implementasi yang menarik membuat audiens memiliki daya tarik dan juga memberikan edukasi terkait kesadaran peduli lingkungan. Ekologi media pada TikTok melalui akun @Pandawaragroup dapat berperan dalam membentuk interaksi, mengubah persepsi, dan mendorong audiens terakit peduli sampah. Fitur yang interaktif TikTok menjadi wahana untuk membangun ekosistem yang dapat mempengaruhi norma budaya digital dan memicu perubahan sudut pandang serta perilaku terhadap isu sampah.

## 5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber, dan seluruh pihak yang telah mendukung penelitian ini.

## 6. Daftar Pustaka

- Adi Pribadi, M., & Media pada Generasi Studi Kasus Penggunaan Instagram, E. Z. (2022). Ekologi Media pada Generasi Z (Studi Kasus Penggunaan Instagram Mahasiswa Universitas di Jakarta Barat). *Koneksi*, 6(1), 49–54. <https://doi.org/10.24912/KN.V6I1.10674>
- Anindya, A., Arditya, R., & Lokita, M. (2023). Tantangan dan Peluang dalam Mengembangkan Komunikasi Lingkungan yang Efektif di Era Digital. In *Jurnal Teknologi dan Rekayasa* (Vol. 8, Issue 1).
- Azhari Harahap, I., Yusdi Arwana, N., & Wahyu Tami Br Rambe, S. (n.d.). *Teori dalam Penelitian Media*.
- Gamaleri, G. (2019). Media ecology, Neil Postman's legacy. *Church, Communication and Culture*, 4(2), 238–244. <https://doi.org/10.1080/23753234.2019.1616585>
- Kampersad, R., & Yin. (2014). *Studi Kasus: Desain dan Metode*.
- Oktavianti, R., & Loisa, R. (2021). Ekologi Media dalam Peliputan Keberagaman Jurnalis Televisi Kontributor Ambon. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 5(1), 277–292. <https://doi.org/10.24912/JMISHUMSEN.V5I1.10179.2021>
- Rohimah, A., & Hakim, L. (2019). *Ekologi Media: Penguatan Ekuitas Industri Pariwisata Melalui Media Sosial Marketing*. [https://www.researchgate.net/profile/Lukman-Hakim-46/publication/353117486\\_Ekologi\\_Media\\_Penguatan\\_Ekuitas\\_Industri\\_Pariwisata\\_Melalui\\_Media\\_Sosial\\_Marketing/links/60e7d6f61c28af3458561b7a/Ekologi-Media-Penguatan-Ekuitas-Industri-Pariwisata-Melalui-Media-Sosial-Marketing.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Lukman-Hakim-46/publication/353117486_Ekologi_Media_Penguatan_Ekuitas_Industri_Pariwisata_Melalui_Media_Sosial_Marketing/links/60e7d6f61c28af3458561b7a/Ekologi-Media-Penguatan-Ekuitas-Industri-Pariwisata-Melalui-Media-Sosial-Marketing.pdf)
- Ruotsalainen, J., & Heinonen, S. (2015). Media ecology and the future ecosystemic society. In *European Journal of Futures Research* (Vol. 3, Issue 1). Springer Science and Business Media Deutschland GmbH. <https://doi.org/10.1007/s40309-015-0068-7>
- Sugianto Putri, C. (2016). Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. In *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 1, Issue 5).
- West, R., & Turner, L. (2013). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*.