

DAFTAR PUSTAKA

- A, A. O., Putri, A. I., Matthew, K., & Universitas, H. (2023). *23-Moderasi-0101-464 (1)*. 2023, 1–17. <https://doi.org/10.11111/nusantara.xxxxxxx>
- Abdul Muqsith, M. (2020). Tantangan Baru Jurnalisme Dalam Pandemi Covid-19. *Adalah : Buletin Hukum dan Keadilan*, 4(1), 251–258. <https://doi.org/10.15408/adalah.v4i1.17273>
- Abidin, Y. Z. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. CV Pustaka Setia.
- Agung, G. (2021). *Kitab Content Creator*. PT. Elex Media Komputindo.
- Ahaotu, J. O., & Oshamo, O. A. (2023). A Multimodal Discourse Analysis of Selected Social Media Posts on the #BlackLivesMatter Protest. *Journal of Pragmatics and Discourse Analysis*, 2(1), 25–35. <https://doi.org/10.32996/jpda.2023.2.1.4>
- Aji Sastra Jendra, B. (2021). Critical Discourse Analysis Fairclough on The Content of Game FF and PUBG in The Media Tiktok. *JCIC : Jurnal CIC Lembaga Riset dan Konsultan Sosial*, 3(1), 59–72. <https://doi.org/10.51486/jbo.v3i1.25>
- Akademi Komunikasi BSI Jakarta, S. (2018). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe). *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176–185. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>
- Ariyanto, B. S. & R. (2023). *awab Kritik Deddy Corbuzier Soal Perpres Publsiher Rights, Kominfo : Bukan Pada Tempatnya Dia Ngomel-Ngomel*. <https://www.suara.com/news/2023/07/29/211000/jawab-kritik-deddy-corbuzier-soal-perpres-publishers-rights-kominfo-bukan-pada-tempatnya-dia-ngomel-ngomel>
- Asril, D. E. N. & S. (2023). *Soal “Publisher Right:, Menkominfo: Tenang, Kita Ada di Pihak Media*.

<https://nasional.kompas.com/read/2023/07/25/19181171/soal-publisher-right-menkominfo-tenang-kita-ada-di-pihak-media>

Bagea. (2003). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Campuran, R&D*. Penerbit CV. Azka Pustaka.

Baskoro. (2023). *HPN 2023, Apa itu Publisher Rights?*
<https://www.beritasatu.com/nasional/1026663/hpn-2023-apa-itu-publisher-rights>

Bill Clinton, W. K. P. (2024). *Perpres Publisher Rights disahkan, Ini Tanggapan Induk Facebook-Instagram*.

Bourdieu, P. (1990). *The Logic of Practice*. Stanford University Press.

Bourdieu. (1991). *Language and Symbolic Power*. Polity Press.

Budiawan, Irwantono, B., Candraningrum, D., Faruk, Budiman, K., Subagyo, P., Wahyono, S. (2018). *Hamparan Wacana*. Penerbit Ombak.

Bungin. (2007). *Penelitian Kualitatif*. Penerbit Kencana.

Campbel. (2014). *Media&Culture: Mass Communication in a Digital Age*.

Choliq, A., Pamungkas, A., & Abror, M. (2024). Kajian Analisis Wacana Kritis Meme Pinjam Dulu Seratus Prespektif Nourman Fairclough. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8, 14379–14385.

Christanty, Y. A., & Sari, M. M. K. (2023). WACANA TOLERANSI BERAGAMA PADA UNGGAHAN AKUN TIKTOK@ dasadlatifofficial. *Kajian Moral dan Kewarganegaraan*, 11(3), 645–660.

Dahlia, R. R., & Permana, P. A. (2022). Oligarki Media dalam Pusaran Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia 2019 Menuju 2024. *POLITICOS: Jurnal Politik dan Pemerintahan*, 2(1), 65–81.
<https://doi.org/10.22225/politicos.2.1.2022.65-81>

- Dalimunthe, M. A. (2017). Implikasi Internet Sebagai Media Interaktif Dalam Membangun Citra Aktor Politik. *Journal of Visual Languages & Computing*, 11(3), 287–301.
- Darmanto, N. (2020). Pemusatan Kepemilikan Media: Implikasinya Terhadap Konten Media. *Mediasi*, 1(3), 202–218. <https://doi.org/10.46961/mediasi.v1i3.147>
- Daulay, H. (2016). *Jurnalistik dan Kebebasan Pers*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Denova Rohmana, R., Budhijanto, D., & Rafianti, L. (2023). Keutamaan Prinsip Fairness dan Publisher Right Dalam Melindungi Perusahaan Media Nasional di Era Disrupsi Digital. *COMSERVA Indonesian Journal of Community Services and Development*, 2(11), 2670–2685. <https://doi.org/10.59141/comserva.v2i11.662>
- Dewan Pers. (2020). *No Title*. Media Online Perlu Berbenah Diri. https://dewanpers.or.id/publikasi/opini_detail/173/Media_Online_Perlu_Berbenah_Diri
- Dewan Pers. (2023). *Draf Perpres*.
- Dewi, C. Q. R. (2024). *Dewan Pers sedang Membentuk Komite Publisher Rights*. <https://mediaindonesia.com/humaniora/661254/dewan-pers-sedang-membentuk-komite-publisher-rights>
- Eddyono, A. (2013). Twitter: Kawan, Sekaligus Lawan Bagi Redaksi Berita. *Jurnal Communication Spectrum*, 3, 48–51. http://journal.bakrie.ac.id/index.php/Journal_Communication_spectrum/article/view/766/617#
- Eddyono, A. (2019). Siasat Kompasiana dan Indonesiana dalam Memanfaatkan Raksasa Media Sosial Demi Traffic. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 75–92. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol14.iss1.art5>
- Eddyono, A. S. (2020). Menelusuri Praktik Search Engine Optimazation (SEO) di Media Siber dan Dampaknya bagi Jurnalisme (Studi pada Kompas. com,

- Tempo. co, Tirto. id, dan Liputan6 *Expose: Jurnal Ilmu Komunikas*.
<https://repository.bakrie.ac.id/4565/>
- Eddyono, A. S. (2022). Media Siber dan Search Engine Optimization (SEO): Melacak Motif, Adaptasi untuk Cari Untung, dan Upaya Menjaga Kualitas Jurnalisme. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2).
<https://doi.org/10.33021/exp.v5i2.4346>
- Edib, L. (2021). *Menjadi Kreator Konten di Era Digita*. Diva Press.
- Effendi. (2010). *Perkembangan Pers di Indonesia*. Penerbit Alprin.
- Erdianto & Purnamasari. (2021). *Ekosistem Media dinilai Tak Adil, Pemerintah diminta Inisiasi Aturan Hak Cipta Journalistik*.
<https://nasional.kompas.com/read/2021/02/08/15515231/ekosistem-media-dinilai-tak-adil-pemerintah-diminta-inisiasi-aturan-hak>
- Etika, L., & Amalia, K. I. (2012). *Media Online: Pembaca, Laba, dan Etika*. Ford Foundation.
- Fahmi, F. N. (2024). *Kominfo: Content Creator Tidak Terdampak Publisher Rights*.
<https://kumparan.com/kumparantech/kominfo-content-creator-tidak-terdampak-publisher-rights-22GqwZCMuCk/1>
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and Social Change*. Polity Press.
- Fairclough, N. (2010). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. Pearson.
- Fairclough, N. (2021). *Language and Power*. Longman.
- Fairclough, N. (t.t.). *Critical Discourse Analysis : The Critical Study of Language*. Longman.
- Fathurokhmah, F. (2021). Lanskap Dinamika Kekuasaan Industri Media Di Indonesia: Perspektif Politik Dan Ekonomi. *Jurnal Ilmu Komunikasi* |, 10(1), 67–84.

- Fauzan. (2014). Analisis Wacana Kritis dari Model Fairclough hingga Mills. *Jurnal Pendidik*, 6(1).
- Fenti, F., & Eddyono, A. S. (2021). Analisis Wacana Kritis tentang Perempuan di Masa Pandemi Covid-19 pada Media Alternatif Magdalene.co. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 3, 123. <https://doi.org/10.24014/kjcs.v0i0.16415>
- Gunawan, N., Ratna Permata, R., & Amirulloh, M. (2022). Pengaruh Disrupsi Teknologi Digital Terhadap Press Publisher Right Pada Platform Digital Di Indonesia Berdasarkan Hukum Positif Indonesia. *Hukum dan Masyarakat Madani*, 12(Mei), 110–124. <https://www.weforum.org/agenda/2016/>
- Habibi, M. (2021). Cyber Religion Dan Real Religion Di Tengah Masyarakat Digital. *Komunika*, 4(1), 63–78.
- Hamna, D. (2017). Eksistensi Jurnalisme Di Era Media Sosial. *Jurnal Jurnalisa*, 3(1), 106–120. <https://doi.org/10.24252/jurnalisa.v3i1.3090>
- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi Di Indonesia. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 7(2), 13–23.
- Hardiansyah. (2024). *Apa itu Perpres Publisher Rights yang bikin Google, Meta, dkk Wajib Kerja Sama dengan Media*. <https://tekno.kompas.com/read/2024/02/21/14150087/apa-itu-perpres-publisher-rights-yang-bikin-google-meta-dkk-wajib-kerja-sama?page=all>
- Hardiyanto, R. K. D. & S. (2020). *Perjalanan Kasus Virus Corona di Indonesia*. <https://www.kompas.com/tren/read/2020/09/02/073000465/perjalanan-kasus-virus-corona-di-indonesia-?page=all>
- Haryatmoko. (2017). *Analisis Wacana Kritis : Landasan Teori, Metodologi, dan Penerapan*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Helianthusonfri. (2024). *adi Content Creator? Siapa Takut*. PT. Elex Media Komputindo.

- Idris, M. (2024). *Google Buka Suara soal Aturan Publisher Rights yang disahkan Jokowi*. <https://money.kompas.com/read/2024/02/21/151400426/google-buka-suara-soal-aturan-publisher-rights-yang-disahkan-jokowi>
- Ikhwan, M. (2022). *Manajemen Media Kontemporer*. Penerbit Kencana.
- Indonesia, C. (2024). *Dewan Pers Ungkap Komite Publsiher Rights Segera dibentuk*. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20240221192732-206-1065666/dewan-pers-ungkap-komite-publisher-rights-segera-dibentuk>
- Indonesia, S. K. R. (2024). *Inilah Perpres 32/2024 tentang Publisher Rights*. <https://setkab.go.id/inilah-perpres-32-2024-tentang-publisher-rights/>
- Isroissholikhah, W. O. (2022). Efektivitas Content Creator Dalam Strategi. *Sibatik Journal*, 2(1), 121–128.
- Jorgensen, M., & Louise, P. (2002). *Discourse Analysis as Theory and Method*. Sage.
- Juliantari, N. L., Astari, A. A. E., & Luh Indiani, N. (2022). Pengaruh Content Creator Pada Aplikasi Reel Instagram Dalam Meningkatkan Inovasi Generasi Muda. *Nusantara Hasana Journal*, 2(4), 133–141.
- Kadwa, M. S., & Alshenqeeti, H. (2020). International Journal of Linguistics, Literature and Translation (IJLLT) The Impact of Students' Proficiency in English on Science Courses in a Foundation Year Program. *International Journal of Linguistics, Literature and Translation (IJLLT)*, 3(11), 55–67. <https://doi.org/10.32996/ijllt>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*.
- Khaer, A., Khoir, N., & Hidayati, Y. A. (2021). Senjakala Media Cetak: Tantangan Jurnalisme Cetak di Era Digital. *TRILOGI: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, dan Humaniora*, 2(3), 324–331. <https://doi.org/10.33650/trilogi.v2i3.3080>
- Khaled Jamel, H., Abdi, M., & Ilias Basheer, K. (2024). Critical Discourse Analysis of Trump's Tweets on the Covid-19 Pandemic. *Ascarya: Journal of Islamic*

Science, Culture, and Social Studies, 4(1), 21–32.
<https://doi.org/10.53754/iscs.v4i1.660>

Khansa Mufidah, M. (2023). Peran Content Creator Media Sosial dalam Perspektif Sosiologi Komunikasi di Era Endemi Covid-19. *Jurnal Dinamika*, 4(1), 33–52.

Kiki Sapmala Marbun, Hasian Romadon Tanjung, A. R. (2022). Kesalahan Berbahasa Pada Penulisan Media Luar Ruang Di Barus Tapanuli Tengah. *Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia BASASASINDO*, 1(2), 53–65.

Kirana, A. C. (2023). Wacana Introver dalam Konten TikTok (Analisis Wacana Kritis Teun A Van Dijk). *Jurnal Nomosleca*, 9(2), 270–291.
<https://doi.org/10.26905/nomosleca.v9i2.11027>

Kominfo. (2023a). *Pengaturan Publisher Rights, Wamenkominfo : Pemerintah Ambil Jalan Tengah*. https://www.kominfo.go.id/content/detail/50385/siaran-pers-no-163hmkominfo072023-tentang-pengaturan-publisher-rights-wamenkominfo-pemerintah-ambil-jalan-tengah/0/siaran_pers

Kominfo. (2023b). *Presiden: Dunia Pers Tidak Sedang Baik-Baik Saja*. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/47326/presiden-dunia-pers-tidak-sedang-baik-baik-saja/0/berita>

Kominfo. (2024). *Wamenkominfo : Perpres Publisher Rights Dorong Kerja Sama sesuai kesepakatan Para Pihak*. https://www.kominfo.go.id/content/detail/54921/siaran-pers-no-149hmkominfo022024-tentang-wamenkominfo-perpres-publisher-rights-dorong-kerja-sama-sesuai-kesepakatan-para-pihak/0/siaran_pers

Kriyantono. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenada Media.

Kusumaningrat. (t.t.). *Jurnalistik : Teori dan Praktik*. PT. Remaja Rosdakarya.

Laksono, P. (2019). Kuasa media dalam komunikasi massa. *Al-Tsiqoh (Dakwah dan ekonomi)*, 4(2), 49–61.

- Malimbe, A., Waani, F., & Suwu, E. A. A. (2021). Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Ilmiah Society*, 1(1), 1–10.
- Masduki, M., & Prastya, N. M. (2022). Perubahan Pola Kerja Jurnalistik Pasca COVID-19 dan Penurunan Kualitas Berita di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(3), 266. <https://doi.org/10.31315/jik.v19i3.5058>
- MAWADDAH, S. M., & Roekhan, R. (2021). Pertarungan Ideologi dalam Wacana “Merdeka Belajar.” *Madah: Jurnal Bahasa dan Sastra*, 12(1), 103–117. <https://doi.org/10.31503/madah.v12i1.394>
- Mayrudin, Y. M. (2018). Menelisik Program Pembangunan Nasional Di Era Pemerintahan Soeharto. *Journal of Government: Kajian Manajemen Pemerintahan dan Otonomi Daerah*, 4(1), 71–90.
- Mediana. (2024). *Google Siap Pelajari Perpres Publisher Rights*. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2024/02/20/google-menyatakan-siap-pelajari-perpres-publisher-rights>
- Melita, Y. (2023). Prospek Kerja Content Creator Gen Z di Era 5.0 (Studi Participacy Media Culture). *GANDIWA Jurnal Komunikasi*, 3(1), 21–29. <https://doi.org/10.30998/g.v3i1.1855>
- Nasrullah. (2024). *Jurnalisme Digital : Pendekatan Teknologi Baru dalam Teori dan Praktik Jurnalisme*. Penerbit Kencana.
- Nitami, L. I. (2023). Kala Manca : Jurnal Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Sejarah*, 11(03), 69–74.
- Novita, D., Murniyati, Septiani, W. D., & Puspitorini, I. (2022). Monetisasi Media Sosial di Tiktok. *REMIK: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 6(4), 1035–1040.

- Nua, F. (2021). *Dewan Pers Bahas Hak Cipta Jurnalistik di Google dan Facebook*.
<https://mediaindonesia.com/humaniora/383352/dewan-pers-bahas-hak-cipta-jurnalistik-di-google-dan-facebook>
- Nugroho, B., & Samsuri. (2013). Pers Berkualitas, Masyarakat Cerdas. *Dewan Pers*, 1–345. https://dewanpers.or.id/assets/ebook/buku/822-Buku_Pers_berkualitas_masyarakat_Cerdas_final.pdf
- Nur, E. (2021). Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online the Role of Mass Media in Facing Online Media Attacks. *MAJALAH SEMI ILMIAH POPULER KOMUIKASI MASSA Section*, 2(1), 51–64.
- Nur, H. (2018). Diskriminasi Pendidikan Masyarakat Terpencil dibandingkan dengan negara lainnya . Tidak hanya itu , di Indonesia juga terdapat perbedaan. *Journal Sociology of Education*, 6(1), 33–43.
- Nuraeni, E., & Junita, I. T. (2019). Prosiding Manajemen Komunikasi Peran Content Creator pada Instagram dalam Pemasaran Produk (Studi Kasus pada akun Instagram @mayoutfit) Role of Content Creator on Instagram in Product Marketing (Case Study on Instagram Account of @mayoutfit). *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 5(2), 375–381.
- Nurohman, D. A. (2021). *Konten Kreator Cara Kreatif Menghasilkan Uang dengan Menjadi Blogger, Youtuber atau Tiktok*. Penerbit Elmarkazi.
- Nuur, Z. R., Febri, A., & Puspita, T. D. A. (2022). Manajemen Produksi Konten Tik Tok Wahyudi Afrino (@ yudiafrn) untuk Belajar Videografi. *CONTENT: Jurnal Ilmu ...*, 1(1), 29–42.
<https://seminar.umpo.ac.id/index.php/content/article/view/7664%0Ahttps://seminar.umpo.ac.id/index.php/content/article/viewFile/7664/2755>
- Permana, A. B. (2019). *Cepat Mahir menjadi Youtuber dan Content Creator*. Penerbit Andi.
- Pers, D. (2023). *Tarik-ulur r-perpres*. 43.

- Putu Dudik Ariawan, I wayan Sudiarta, I. K. S. (2019). Proses Pengajaran Mosaik di SMK Negeri 1 Sukasada. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha*, 9(2), 69–76.
- R, I. (2014). *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Penerbit Kencana.
- Ratmono, B. G. & B. M. (2021). *Medsos Di Antara Dua Kutub: Sisi Baiknya Luar Biasa, Sisi Buruknya Bisa Membuat Binasa*. Rayyana Komunikasindo.
- Risma Amelia, Andi Agustang, A. D. M. P. A. (2022). Perempuan dan Tiktok: Studi tentang Eksistensi Diri dan Tubuh sebagai Konsumsi Publik Perempuan Milenial Mahasiswi FIS-H Universitas Negeri Makassar. *Jurnal Sosialisasi: Jurnal Hasil pemikiran, Penelitian, dan Pengembangan Keilmuan Sosiologi Pendidikan*, 1(3), 159–168.
- Romadhoni. (2018). Meredupnya Media Cetak, Dampak Kemajuan Teknologi Informasi. *Jurnal An-Nida*, 10, 13–20.
- Rukajat. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Deepublish.
- Rutiana Dwi Wahyunengseh, Tiyas Nur Haryani, Priyanto Susiloadi, L. F. (2022). Masyarakat Digital dan Problematika Kesejahteraan: Analisis Isi Wacana. *Spirit Publik: Jurnal Administrasi Publik*, 17(2), 163–172.
- Sari, P. M. (2017). Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam. *Jurnal Ilmu Komunikasi - Konsentrasi Hubungan Masyarakat*, 4(2), 1–13.
- Senaharjant, I. L., & Priscila, G. (2021). KAPITALISME DIGITAL DALAM MEDIA SOSIAL BIGO LIVE (Kritik Terhadap Perkembangan Teknologi Digital Berdasarkan Pemikiran Herbert Marcuse). *Jurnal Dialektika Komunika*, Vol 9 No 1(1), 78–95. <https://datareportal.com>
- Setiadi. (2016). Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektivitas Komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16(2).

- Social, W. A. (2024). *Digital* 2024. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>
- Subarkah Eddyono, A. (2021). Pers Alternatif pada Era Orde Baru: Dijinakkan hingga Dibungkam. *Komunika*, 8(1), 53–60. <https://doi.org/10.22236/komunika.v8i1.5672>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistyo, M. R. D., & Najicha, F. U. (2022). Pengaruh Berita Hoax terhadap Kesatuan dan Persatuan Bangsa Indonesia. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(1), 528–531.
- Suyadnya, S. K. dan I. W. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif Berbagai Pengalaman dari lapangan*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Tiara Juwita, D. A. (2024). *Dewan Pers Tetapkan 11 Anggota Komite Publisher Rights, Siapa Saja?* <https://nasional.tempo.co/read/1908518/dewan-pers-tetapkan-11-anggota-komite-publisher-rights-siapa-saja>
- Tracy. (2019). *Google Made \$4.7 Billion From the news Industry in 2018, Study Says*. <https://www.nytimes.com/2019/06/09/business/media/google-news-industry-antitrust.html>
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner kika's Catering di Media Sosial. *PRofesi humas : jurnal ilmiah ilmu hubungan masyarakat*, 3(1), 102. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15333>
- Triyono, D. A. (2013). The Four Press Media Theories: Authoritarianism Media Theory, Libertarianism Media Theory, Social Responsibility Media Theory, and Totalitarian Media Theory. *Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora*, 13(3), 194–201.

- Wakang, A. A. (2024). *Indonesia Kaji Penerapan Publisher Rights Australia*.
<https://bisnis.tempo.co/read/1863903/indonesia-kaji-penerapan-publisher-rights-australia>
- Woro Harkandi Kencana, Ilona Oisina Situmeang, D. (2022). Penggunaan Media Sosial dalam Portal Berita Online. *Jurnal IKRAITH-HUMANIORA*, 6(2).
- Y, P. & H. (2021). Perspektif Sosiologi Ekonomi dalam Pemutusan Hubungan Kerja Karyawan Perusahaan di Masa Pandemi Covid-19. *POINT: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 3(1), 32–44.
- Yahya, A. N. (2024). *Perpres “Publisher Rights, Platform Digital dilarang Sebar Konten Berita yang Tak Sesuai Aturan*.
<https://nasional.kompas.com/read/2024/02/21/14092111/perpres-publisher-rights-platform-digital-dilarang-sebar-konten-berita-yang>
- Yahya, D. E. N. & A. N. (2024). *Jokowi Minta Kreator Konten Tak Khawatir atas Perpres “Publisher Rights”*.
<https://nasional.kompas.com/read/2024/02/20/20282161/jokowi-minta-creator-konten-tak-khawatir-atas-perpres-publisher-rights>
- Yusuf. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Penerbit Kencana.
- Zega, D. A. B., Safii, Moh., & Roekhan, R. (2022). Perilaku Informasi Content Creator Jejaring Sosial Berbasis Video. *Baca: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 43(2), 125. <https://doi.org/10.14203/j.baca.v43i2.886>
- ZHOU Ting. (2021). The Media Images of Old Influencers on TikTok: A Multimodal Critical Discourse Analysis. *Journal of Literature and Art Studies*, 11(10), 809–816. <https://doi.org/10.17265/2159-5836/2021.10.013>
- Zhu, Y. (2020). The Expectation of TikTok in International Media: A Critical Discourse Analysis. *Open Journal of Social Sciences*, 08(12), 136–148. <https://doi.org/10.4236/jss.2020.812012>

Zuhri, A. (2020). INSTAGRAM, PANDEMI DAN PERAN INFLUENCER (Analisis Wacana Kritis pada Postingan Akun Instagram @najwashihab dan @jrksid). *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 1(2), 351–382.
<https://doi.org/10.22515/ajdc.v1i2.2722>