

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R. N., & Ningsih, R. (2021). Persepsi Mahasiswa terhadap Figur Publik dalam Komunikasi Publik di Media Sosial. *Jurnal Pekommas*, 6(1), 53–62.
<https://doi.org/10.30818/jpkm.2021.2060107>
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta: LKIS.
- Fitria, Y. (2022). Konstruksi Identitas Diri dalam Pidato Malala Yousafzai di PBB. *WACANA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21(1), 15–28.
<https://doi.org/10.32509/wacana.v21i1.1356>
- Hidayat, A., & Cahyani, T. (2017). Representasi Identitas Diri dalam Pidato Barack Obama: Kajian Interaksi Simbolik. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 123–134.
- Lasswell, H. D. (1948). The Structure and Function of Communication in Society. In Bryson, L. (Ed.), *The Communication of Ideas* (pp. 37–51). New York: Harper and Row.
- Liliweri, A. (2009). *Dasar-Dasar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Maryani, E., & Giri, M. (2018). Komunikasi sebagai Penguatan Nilai-Nilai Sosial dalam Keluarga. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(2), 153–164. <https://doi.org/10.24198/jkk.v6i2.16087>
- Mulyana, D. (2001). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D., & Solihin, I. (2020). Komunikasi Organisasi dan Kepemimpinan: Studi pada Lingkungan Birokrasi Pemerintahan. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 5(1), 24–35. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v5i1.342>
- Ningsih, R. (2021). Analisis Retorika Taylor Swift dalam Pidato Penghargaan Billboard Woman of the Decade. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Airlangga*, 13(2), 112–121.
- Nurhasanah, & Mulyana, D. (2018). Simbolisme Selebriti dalam Media Sosial: Kajian Interaksi Simbolik terhadap Komunikasi Personal di Ruang Publik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(1), 59–72.
<https://doi.org/10.24002/jik.v16i1.1625>

- Putra, A. H., & Hartanti, R. (2021). Komunikasi sebagai Praktik Sosial: Telaah Kritis atas Wacana Komunikasi Politik di Media. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 9(2), 145–160. <https://doi.org/10.24198/jkk.v9i2.33516>
- Putri, A. M., & Saputra, D. A. (2020). Strategi Komunikasi Public Figure dalam Membangun Citra melalui Pidato Publik. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(2), 211–225. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i2.29854>
- Rakhmat, J. (2003). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sari, D. K., & Sari, R. P. (2020). Analisis Framing Pidato Jokowi Terkait Penanganan COVID-19 di Media Online. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 45–58. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i1.26618>
- Sari, R. D., & Wibawa, A. (2020). Persepsi Audiens terhadap Pesan Kampanye Sosial: Studi pada Komunikasi Visual Antinarkoba. *Jurnal Ilmu Komunikasi UPN "Veteran" Yogyakarta*, 5(2), 115–126. <https://doi.org/10.25008/jik.v5i2.143>
- Schramm, W. (1954). *The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana: University of Illinois Press.
- Siregar, D. M., & Rachmiate, A. (2019). Fungsi Komunikasi Digital dalam Pembentukan Opini Publik. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 12(2), 132–144. <https://doi.org/10.14421/pjk.v12i2.1636>
- Syafitri, R., & Lubis, A. (2019). Analisis Framing Berita Penolakan Reuni 212 oleh Media Online. *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 13(2), 241–261. <https://doi.org/10.24090/komunika.v13i2.2745>