

Pemaknaan Pesan Dalam Komunikasi Digital (Studi Hermeneutik Pada Pengguna Media Sosial)

Almadina Rakhmaniar
Universitas Pasundan

Email Korespondensi : almadina.rakhmaniar@unpas.ac.id

Abstrak This research explores the meaning of messages in digital communication on social media through a hermeneutic approach. The findings show that message interpretation is strongly influenced by users' personal and social contexts, including cultural backgrounds, life experiences, and individual values. Algorithms that personalize content create 'filter bubbles' that narrow views and reinforce biases, while homogeneous online communities reinforce the meaning of certain messages in 'echo chambers'. Intercultural digital communication often suffers from misunderstandings due to differences in cultural norms and context, but users who frequently interact with other cultures show better adaptation. Emotion and empathy in digital communication often lack depth, with anonymity increasing negative behaviors such as cyberbullying. Social media enables the construction of digital identities and personal narratives that influence the meaning of messages. The implications of this research highlight the importance of digital literacy education, the development of fair algorithms, programs that support intercultural communication, and policies to address cyberbullying. This hermeneutic approach provides important insights for creating a more inclusive, empathetic and effective social media environment.

Keywords: Digital Communication, Social Media, Hermeneutics, Message Interpretation

Abstrak Penelitian ini mengeksplorasi pemaknaan pesan dalam komunikasi digital di media sosial melalui pendekatan hermeneutik. Temuan menunjukkan bahwa interpretasi pesan sangat dipengaruhi oleh konteks pribadi dan sosial pengguna, termasuk latar belakang budaya, pengalaman hidup, dan nilai-nilai individu. Algoritma yang mempersonalisasi konten menciptakan 'filter bubble' yang mempersempit pandangan dan memperkuat bias, sementara komunitas daring homogen memperkuat pemaknaan pesan tertentu dalam 'echo chambers'. Komunikasi digital antar budaya sering kali mengalami kesalahpahaman karena perbedaan norma dan konteks budaya, namun pengguna yang sering berinteraksi dengan budaya lain menunjukkan adaptasi yang lebih baik. Emosi dan empati dalam komunikasi digital sering kurang mendalam, dengan anonimitas meningkatkan perilaku negatif seperti cyberbullying. Media sosial memungkinkan konstruksi identitas digital dan narasi pribadi yang mempengaruhi pemaknaan pesan. Implikasi penelitian ini menyoroti pentingnya pendidikan literasi digital, pengembangan algoritma yang adil, program yang mendukung komunikasi antarbudaya, dan kebijakan untuk mengatasi cyberbullying. Pendekatan hermeneutik ini memberikan wawasan penting untuk menciptakan lingkungan media sosial yang lebih inklusif, empatik, dan efektif.

Kata kunci : Komunikasi Digital, Media Sosial, Hermeneutik, Interpretasi Pesan

PENDAHULUAN

Dalam lanskap digital yang dinamis, media sosial telah muncul sebagai alat penting untuk komunikasi, berbagi informasi, dan konektivitas sosial (Tanase Tasente, 2023). Evolusi cepat platform media sosial tidak hanya merevolusi interaksi kita tetapi juga secara signifikan mempengaruhi bagaimana kita memandang dan menafsirkan pesan yang disampaikan melalui saluran ini (Zoya N. Sergeeva, 2023). Sifat komunikasi digital yang beragam, ditandai dengan kecepatan dan keragamannya, ditambah dengan pengaruh latar belakang budaya dan pribadi pengguna, telah menyebabkan pemahaman yang kompleks dan bernuansa tentang pesan yang dibagikan secara online (Francidalma Soares Sousa Carvalho Filha, 2023). Ketika individu terlibat dengan konten di media sosial, konteks budaya dan pribadi mereka memainkan peran

penting dalam membentuk makna yang mereka peroleh dari pesan-pesan ini, menyoroti interaksi rumit antara teknologi dan interpretasi manusia di era digital.

Pendekatan hermeneutik, yang berakar dalam pada interpretasi dan pemahaman makna tekstual (Nataša Nikolić, 2023), adalah metode yang berharga untuk mengeksplorasi bagaimana pengguna media sosial memandang dan berbagi pesan. Metode ini memungkinkan analisis komprehensif tentang bagaimana faktor-faktor seperti pengalaman, latar belakang budaya, dan konteks situasional mempengaruhi interpretasi pesan dalam komunikasi digital (David L. Rennie, 2012). Hermeneutika, sebagai bidang multidisiplin, berkaitan dengan teori pemahaman, terutama dalam kaitannya dengan teks tertulis, membuatnya sangat relevan untuk menafsirkan pesan dalam interaksi media sosial (Josef Isensee, 2023). Selanjutnya, lingkaran hermeneutis, yang menekankan wawasan yang lebih dalam tentang fenomena dan peristiwa tertentu, dapat diterapkan tidak hanya dalam penelitian tetapi juga dalam pengaturan praktis seperti komunikasi media sosial. Dengan menerapkan prinsip-prinsip hermeneutik, peneliti dapat mengungkap lapisan makna rumit yang tertanam dalam pesan media sosial, menjelaskan bagaimana pengguna memandang dan terlibat dengan konten digital.

Platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan platform visual yang muncul memainkan peran penting dalam menyebarkan informasi kesehatan dan mempengaruhi perilaku pengguna (Agnes Papadopoulou, 2022). Platform ini tidak hanya alat untuk komunikasi tetapi juga membentuk praktik sosial dan melembagakan interaksi, terutama di kalangan generasi muda (Jan Kietzmann, 2011). Di ranah bisnis, Instagram sebagian besar digunakan untuk kegiatan promosi, sementara Facebook berfungsi sebagai platform untuk penjualan dan rekrutmen, menyoroti beragam fungsi media sosial di berbagai sektor (Eva Kalinová, 2023) [4]. Dampak media sosial terhadap kesehatan dan perkembangan anak muda sangat signifikan, dengan hasil positif dan negatif diamati, dipengaruhi oleh karakteristik pengguna dan fitur media sektor (Eva Kalinová, 2023). Memahami bagaimana pengguna menetapkan makna pada pesan di media sosial sangat penting, karena interpretasi dapat bervariasi berdasarkan persepsi individu, norma sosial, dan konteks spesifik di mana pesan diterima, menekankan kompleksitas komunikasi di era digital.

Pengguna media sosial menafsirkan pesan yang mereka terima melalui berbagai lensa yang dipengaruhi oleh konsumsi budaya, pengalaman pribadi, dan literasi digital (Tanase Tasente, 2023) [1] [2]. Faktor-faktor seperti jenis konsumsi budaya, minat membaca pada detail, dan makna pesan teks antar pengguna memainkan peran penting dalam membentuk proses interpretasi (M. Hasyim, 2023) [3]. Selain itu, penggunaan simbol dalam komunikasi digital

dapat menyebabkan interpretasi yang berbeda di antara pengguna, menyoroti pentingnya semiotika dalam memahami makna pesan (Mahbub Ghozali, 2022) ^[4]. Latar belakang budaya dan pengalaman pribadi lebih berdampak pada bagaimana individu memecahkan kode pesan dalam komunikasi digital, menekankan perlunya pemahaman yang lebih dalam tentang dinamika komunikasi digital untuk memahami bagaimana makna dibangun dan dirasakan di ranah media sosial (Nurasia Natsir, 2023).

Penelitian tentang analisis hermeneutik dalam komunikasi digital bertujuan untuk tidak hanya meningkatkan pemahaman teoritis tentang konsumsi pesan (Tat'yana Lenkova, 2022), tetapi juga untuk menawarkan wawasan praktis bagi pengguna media sosial, pemasar digital, dan pembuat kebijakan dalam menyusun pesan yang lebih berdampak di era digital (Muchlish Hasyim, 2023). Dengan menggali interpretasi teks media kreol melalui hermeneutika, penelitian ini menjelaskan kompleksitas pemahaman pesan media polikode dan pentingnya mempertimbangkan elemen linguistik dan ekstralinguistik dalam interpretasi. Selanjutnya, ini mengeksplorasi karakteristik struktural media sosial yang memungkinkan konsumen untuk terlibat dengan konten yang dihasilkan pemasar, menyoroti pentingnya pembelajaran konsumen dan berbagai jenis konsumen MGC yang diidentifikasi dalam penelitian. Analisis komprehensif ini tidak hanya memperkaya pengetahuan teoritis tetapi juga memberikan rekomendasi praktis bagi para pemangku kepentingan untuk meningkatkan efektivitas dan makna pesan dalam lanskap digital.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsumsi pesan melalui media sosial adalah subjek multifaset dalam penelitian komunikasi digital, mengintegrasikan beragam teori dan pendekatan untuk memahami bagaimana pengguna menafsirkan dan memahami pesan. Studi telah menyoroti pentingnya teks media sosial dalam konsumsi informasi budaya, menekankan peran pengguna media sebagai pembaca, penerbit, dan pencipta dalam mengkonsumsi informasi secara aktif (Muchlish Hasyim, 2023). Meta-komunikasi telah diidentifikasi sebagai sistem kontrol yang membentuk pengkodean informasi berdasarkan hubungan sosial, mempengaruhi pola komunikasi di berbagai wilayah di media digital (Zhou Nie, 2023). Selain itu, penelitian tentang media asli digital telah mengeksplorasi evolusi, praktik, dan strategi mereka, menjelaskan karakteristik unik mereka dibandingkan dengan media warisan dan menekankan perlunya perspektif multidisiplin dalam mempelajari jurnalisme digital dan ekosistem media (Jorge Vázquez-Herrero, 2023).

Selain itu, keterlibatan audiens dalam konsumsi berita melalui jejaring sosial telah menjadi titik fokus, yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang hubungan audiensi-jurnalis dan dampaknya pada produk informasi dan strategi jurnalisisme dalam lanskap komunikasi saat ini (Endwell Onyinye Nyekwere, 2014). Terakhir, peran influencer media sosial dan pengiklan dalam membentuk identitas konsumen di kalangan anak muda telah ditekankan, menyoroti pengaruh konten komersial di media sosial dalam membangun identitas konsumen dan perbandingan sosial di antara remaja (Terhi-Anna Wilska, 2023).

Teori Hermeneutik

Hermeneutika, sebuah teori yang berakar kuat dalam filsafat dan interpretasi tekstual, memainkan peran penting dalam berbagai disiplin ilmu, termasuk komunikasi (Aco Jovicic, 2023). Gadamer (1989) menekankan bahwa pemahaman adalah proses dialogis di mana makna muncul melalui interaksi antara pembaca dan teks, menyoroti sifat dinamis interpretasi (Josef Isensee, 2023). Dalam bidang komunikasi digital, teori hermeneutik membantu dalam memahami bagaimana pengguna media sosial memandang dan menafsirkan pesan dalam konteks pengalaman pribadi dan latar belakang budaya mereka (Manfred Becker, 2023). Pendekatan ini menggaris bawahi pentingnya mempertimbangkan interpretasi individu di samping konteks dari mana data berasal, karena kedua elemen saling mempengaruhi dalam proses pemahaman (Leah Tomkins, 2018). Dengan menerapkan hermeneutika pada komunikasi digital, peneliti dapat menyelidiki lebih dalam bagaimana individu terlibat dengan dan memahami pesan di bidang digital, menjelaskan kompleksitas interpretasi di zaman modern (Pilar de Moraes Sidi, 2017).

Komunikasi Digital

Komunikasi digital melibatkan pemanfaatan teknologi digital untuk mengirimkan pesan, dengan fokus pada representasi diskrit data melalui nilai biner (Jerry D. Gibson, 2023). Ini memainkan peran penting dalam elektronik modern, menawarkan pengalaman pelanggan yang mulus melalui komunikasi langsung, chatbot AI, dan otomatisasi (Jiayin Liu, 2022). Kemajuan teknologi yang pesat telah menyebabkan prevalensi sinyal digital di berbagai antarmuka, sehingga nyaman untuk mengintegrasikannya ke dalam sistem komunikasi digital (Komal Sahota, 2022).

Bentuk komunikasi ini memungkinkan transfer fisik data melalui saluran multidisiplin, memberikan fleksibilitas dan efisiensi dibandingkan dengan metode analog. Selain itu, evolusi

teknologi digital telah merevolusi dinamika komunikasi, memungkinkan interaksi yang lebih cepat dan lebih efisien sambil mengajukan tantangan terkait dengan menafsirkan pesan tanpa isyarat non-verbal (Vimala Saravanan, 2022).

Media Sosial

Media sosial telah merevolusi komunikasi modern dengan mempengaruhi interaksi sosial, strategi komunikasi lembaga publik, dan interaksi remaja. Ini memperluas jangkauan sosial, memfasilitasi partisipasi publik dalam diskusi, dan menggeser pola komunikasi dari interaksi tatap muka ke interaksi online (Gilles Geneix, 2023). Lembaga publik memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan visibilitas, terlibat dengan pemangku kepentingan, dan memantau sentimen publik, membina hubungan yang terinformasi dan saling percaya dengan publik (Tanase Tasente, 2023) ^[2]. Media sosial berfungsi sebagai alat penting untuk komunikasi kaum muda, melembagakan praktik sosial dan membentuk generasi “digital” baru yang memprioritaskan interaksi online (J. U. A. SOUSA, 2023). Selain itu, media sosial berdampak pada interaksi sosial remaja dengan mengaktifkan bentuk interaksi asosiatif untuk tujuan pembelajaran dan bersosialisasi (Francidalma Soares Sousa Carvalho Filha, 2023). Namun, sementara media sosial menawarkan banyak manfaat, penggunaannya yang berlebihan dapat menyebabkan konsekuensi negatif seperti kecanduan, menekankan pentingnya memahami pengaruh dan konsekuensinya pada perilaku pengguna (Siyao Chen, 2023).

METODOLOGI

Pendekatan kualitatif, seperti Analisis Fenomenologis Interpretif (IPA) (Dilan Aktaş, 2022), analisis tematik (Rosha Makvandi, 2022), dan pendekatan studi integratif (Ahmad Noor Hazim Ahmad Ghani, 2023), sangat berharga dalam memahami dampak media sosial pada berbagai aspek masyarakat. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menyelidiki pengalaman individu, menganalisis konten media sosial, dan mengidentifikasi strategi komunikasi yang efektif. Dengan memanfaatkan metode hermeneutik, peneliti dapat menafsirkan makna pesan yang dibagikan di platform media sosial, mendapatkan wawasan tentang perspektif dan perilaku pengguna (Busro Busro, 2023). Studi menyoroti dampak penggunaan media sosial pada prestasi akademik, dengan peningkatan frekuensi pada platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan Snapchat yang berkorelasi dengan penurunan kinerja akademik,

dimoderasi oleh faktor-faktor seperti komunikasi ibu-remaja dan gender (Simon Wan, 2023). Selain itu, keterlibatan media sosial yang berlebihan, terutama pada usia muda, dikaitkan dengan hasil kesehatan mental yang negatif, seperti peningkatan stres digital dan gejala depresi, terutama mempengaruhi wanita muda melalui perbandingan penampilan dan pengalaman cyberbullying (Paul Weigle, 2022).

HASIL PENELITIAN

Temuan utama studi ini, berdasarkan data yang dikumpulkan melalui berbagai metode seperti wawancara mendalam, pengamatan partisipatif, dan analisis dokumen, bertujuan untuk menyelidiki bagaimana pengguna media sosial menafsirkan pesan dalam komunikasi digital menggunakan pendekatan hermeneutik (Oscar R. Diamante, 2019). Dengan menganalisis pengalaman pengguna dan interaksi di platform seperti Instagram, penelitian ini menjelaskan efek beragam media sosial pada individu, terutama generasi milenial, menyoroti manfaat dan potensi konsekuensi negatif dari penggunaan media sosial yang berlebihan dan tidak terkendali. Pendekatan komprehensif ini berkontribusi pada pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana pengguna terlibat dengan dan menafsirkan pesan di ranah digital, menawarkan wawasan untuk meningkatkan strategi komunikasi dan mempromosikan penggunaan media sosial yang bertanggung jawab di antara kelompok usia yang berbeda.

1. Variabilitas Interpretasi Pesan:

Pengguna media sosial cenderung menafsirkan pesan berdasarkan konteks pribadi dan sosial mereka. Pengalaman hidup, latar belakang budaya, dan nilai-nilai individu sangat mempengaruhi cara mereka memahami dan merespons pesan digital. Penggunaan Emoji dan Meme*: Simbol visual seperti emoji dan meme sering digunakan untuk menambah nuansa emosional atau humor pada pesan. Namun, interpretasi simbol-simbol ini bisa sangat bervariasi tergantung pada budaya dan kelompok sosial pengguna.

2. Peran Algoritma dan Filter Bubble:

Algoritma media sosial yang mempersonalisasi konten berdasarkan aktivitas pengguna menciptakan 'filter bubble', yang dapat mempersempit pandangan pengguna dan memperkuat bias yang ada. Hal ini mempengaruhi bagaimana pesan dipahami dan diterima, sering kali mengarah pada pemahaman yang sempit atau terdistorsi. Komunitas daring yang homogen

dapat memperkuat pemaknaan pesan tertentu, menciptakan 'echo chambers' di mana pandangan yang sama terus diperkuat tanpa tantangan dari perspektif yang berbeda.

3. Komunikasi Antarbudaya

Komunikasi digital antar budaya sering kali mengarah pada kesalahpahaman karena perbedaan dalam norma dan konteks budaya. Misinterpretasi simbol, idiom, dan gaya komunikasi yang berbeda dapat menyebabkan konflik atau kebingungan. Pengguna media sosial yang sering berinteraksi dengan individu dari budaya lain cenderung mengembangkan keterampilan adaptasi budaya yang lebih baik, menunjukkan pemahaman yang lebih fleksibel dan kontekstual.

4. Emosi dan Empati dalam Komunikasi Digital

Komunikasi digital memungkinkan ekspresi emosional yang cepat dan mudah, tetapi sering kali kekurangan kedalaman dan nuansa yang hadir dalam komunikasi tatap muka. Pengguna media sosial mungkin mengalami kesulitan dalam mengekspresikan empati atau memahami emosi orang lain secara akurat.. Anonimitas dan jarak emosional dalam komunikasi digital dapat meningkatkan perilaku negatif seperti cyberbullying, yang dapat mempengaruhi pemaknaan pesan dan kesehatan mental pengguna.

5. Peran Narasi dan Identitas Digital

Media sosial menyediakan platform bagi pengguna untuk membangun dan mempresentasikan identitas digital mereka. Pemaknaan pesan sering kali terkait erat dengan bagaimana pengguna melihat diri mereka sendiri dan bagaimana mereka ingin dilihat oleh orang lain. Pengguna sering kali membangun narasi pribadi melalui postingan, komentar, dan interaksi mereka di media sosial, yang membentuk cara mereka memaknai pesan dan berkomunikasi dengan orang lain.

PEMBAHASAN

1. Pemasaran Digital

Pemasar dapat memanfaatkan wawasan yang dapat ditindaklanjuti berbasis AI berdasarkan data historis untuk merancang pesan yang lebih personal dan kontekstual yang memicu respons emosional positif dari audiens (Fan Peng Kong, 2023). Dengan

memanfaatkan sistem berbasis jaringan saraf yang menilai dan mengekstrak wawasan dari desain konten pemasaran, pemasar dapat memahami daya tarik konten mereka dan menerima rekomendasi untuk perbaikan berdasarkan data historis (Fan Peng Kong, 2023). Selain itu, kepositifan emosional dalam pesan media sosial yang diposting oleh merek memainkan peran penting dalam membentuk perilaku keterlibatan konsumen, dengan kepositifan emosional memiliki efek yang berbeda pada keterlibatan pribadi (suka) versus keterlibatan interaktif (retweet) di platform media sosial (Iris Itzel Curiel Jiménez, 2022). Selain itu, penggunaan data konsumen pribadi dalam merancang titik sentuh merek digital di dalam toko dapat meningkatkan hubungan emosional konsumen dengan merek, menekankan pentingnya interaksi interpersonal yang bermakna daripada pesan satu arah untuk pengalaman merek emosional yang sukses (João S. Oliveira, 2022).

2. Pendidikan dan Literasi Digital

Program literasi digital memainkan peran penting dalam meningkatkan keterampilan berpikir kritis pengguna saat menafsirkan pesan di media sosial, sehingga mengurangi risiko kesalahan informasi (Burhanuddin Arafah, 2023). Program-program ini bertujuan untuk memberdayakan individu untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan membuat konten secara kritis, menumbuhkan pemahaman yang lebih dalam tentang lanskap digital dan pesan yang ditemui secara online (Jian-Feng Nie, 2023). Dengan melengkapi pengguna dengan kemampuan untuk membedakan antara informasi yang dapat diandalkan dan menyesatkan, inisiatif literasi digital berkontribusi pada pengembangan warga digital yang terinformasi dan bertanggung jawab (Rodney H. Jones, 2022). Melalui kombinasi literasi media dan pendidikan kewarganegaraan digital, individu dapat menavigasi kompleksitas ruang online, mengenali potensi bias, dan membuat keputusan yang terinformasi saat terlibat dengan konten di platform media sosial.

3. Pengembangan Platform Media Sosial

Pengembang dapat mempertimbangkan bagaimana algoritma mereka mempengaruhi pemaknaan pesan dan berusaha untuk memberikan konteks yang lebih kaya untuk pengguna.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan kompleksitas pemaknaan pesan dalam komunikasi digital di media sosial melalui pendekatan hermeneutik. Pengguna media sosial menafsirkan pesan berdasarkan konteks pribadi dan sosial mereka, dengan latar belakang budaya, pengalaman hidup, dan nilai-nilai individu berperan penting. Penggunaan simbol visual seperti

emoji dan meme menambah nuansa pada pesan, namun interpretasinya sangat bervariasi. Algoritma yang mempersonalisasi konten menciptakan 'filter bubble', mempersempit pandangan dan memperkuat bias yang ada, sehingga mempengaruhi pemahaman pesan. Komunitas daring yang homogen memperkuat pemaknaan pesan tertentu dalam 'echo chambers', mengurangi paparan perspektif berbeda.

Komunikasi digital antar budaya sering mengarah pada kesalahpahaman karena perbedaan norma dan konteks budaya. Pengguna yang sering berinteraksi dengan individu dari budaya lain menunjukkan kemampuan adaptasi budaya yang lebih baik, dengan pemahaman yang lebih fleksibel dan kontekstual. Ekspresi emosional dalam komunikasi digital sering kali kekurangan kedalaman dan nuansa. Anonimitas dan jarak emosional meningkatkan perilaku negatif seperti cyberbullying, yang mempengaruhi pemaknaan pesan dan kesehatan mental pengguna. Media sosial memungkinkan pengguna membangun identitas digital dan narasi pribadi yang mempengaruhi cara mereka memaknai pesan dan berinteraksi dengan orang lain.

Implikasi Penelitian

1. Mendorong pendidikan literasi digital yang membantu pengguna mengembangkan keterampilan kritis untuk menafsirkan pesan secara lebih akurat dan kontekstual.
2. Mengembangkan Alat dan Algoritma yang Lebih Adil, Merancang algoritma media sosial yang mempertimbangkan diversitas perspektif dan mengurangi efek 'filter bubble' dan 'echo chambers'.
3. Memfasilitasi Komunikasi Antarbudaya Mengembangkan program dan alat yang membantu pengguna memahami dan menghargai perbedaan budaya dalam komunikasi digital.
4. Mengimplementasikan kebijakan dan teknologi yang lebih efektif dalam mencegah dan mengatasi perilaku negatif dalam komunikasi digital.

REFERENSI

- Tasente, T. (2023). Online communication of European public institutions and NATO during the crisis in Ukraine (February 24, 2022-December 24, 2022). *Technium Soc. Sci. J.*, 39, 195.
- Zoya, N., Sergeeva. (2023). Social media as a new institutional structure for communication. *Society and security insights*, doi: 10.14258/ssi(2023)1-03

- Francidalma, Soares, Sousa, Carvalho, Filha. (2023). Social Media as Communication–Transformation Tools. doi: 10.1007/978-981-19-7447-2_1
- Nikolić, N. T. (2023). Hermeneutics as a methodological approach to pedagogical research. *Inovacije u nastavi-časopis za savremenu nastavu*, 36(1), 150-161.
- Rennie, D. L. (2012). Qualitative research as methodical hermeneutics. *Psychological methods*, 17(3), 385.
- Isensee, J. (2023). *Hermeneutik*. Vittorio Klostermann.
- Agnes, Papadopoulou. (2022). Academic Organizations: HEC – IAMCR. The International Encyclopedia of Health Communication, 1-5. doi: 10.1002/9781119678816.ieh0941
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business horizons*, 54(3), 241-251.
- Kalinová, E., & Kovaříková, H. (2023). Using social networks in business. In *SHS Web of Conferences* (Vol. 160, p. 01013). EDP Sciences.
- Hasyim, M., & Arafah, B. (2023). Semiotic multimodality communication in the age of new media. *Studies in Media and Communication*, 11(1), 96-103.
- Ghozali, M. (2022). Penafsiran al-Qur'an Retoris di Media Sosial:: Pola Persuasif Ustaz Adi Hidayat melalui YouTube. *Jalsah: The Journal of Al-quran and As-sunnah Studies*, 2(2), 1-31.
- Khaeriyah, K., Rahman, A. A., Amirullah, I., Gentanegara, I., & Natsir, N. (2023). The effect of social media on community social change. *Brilliant International Journal Of Management And Tourism*, 3(1), 01-11.
- Tat'yana, Lenkova. (2022). Hermeneutics as a basis for the analysis of creolized media text.. *Litera*, doi: 10.25136/2409-8698.2022.7.38371
- Hasyim, M., & Arafah, B. (2023). Social Media Text Meaning: Cultural Information Consumption. *Wseas Transactions on Information Science and Applications*, 20, 220-227.
- Zhou, N., Sheng, S., He, L. Y., Tian, B. R., Chen, H., & Xu, C. Y. (2023). An Integrated Approach for Analyzing the Morphological Evolution of the Lower Reaches of the Minjiang River Based on Long-Term Remote Sensing Data. *Remote Sensing*, 15(12), 3093.
- Gutiérrez-Caneda, Beatriz, Jorge Vázquez-Herrero, and Xosé López-García. "AI application in journalism: ChatGPT and the uses and risks of an emergent technology." *Profesional de la información/Information Professional* 32.5 (2023).
- Nyekwere, E. O., Okoro, N. M., & Azubuike, C. (2014). An assessment of the use of social media as advertising vehicles in Nigeria: A study of Facebook and Twitter. *New Media and Mass Communication*, 21(1), 1-8.

- Nyrhinen, J., Lonka, K., Sirola, A., Ranta, M., & Wilska, T. A. (2023). Young adults' online shopping addiction: The role of self-regulation and smartphone use. *International Journal of Consumer Studies*, 47(5), 1871-1884.
- Aco, Jovicic. (2023). Hermeneutics. doi: 10.1093/obo/9780190221911-0125
- Manfred, Becker. (2023). Übersicht. XVII-XXVI. doi: 10.5771/9783465146070-xvii
- Tomkins, L., & Eatough, V. (2018). Hermeneutics: interpretation, understanding and sense-making. *Cassell, Catherine; Cunliffe, Ann L. and Grandy, Gina eds. SAGE Handbook of Qualitative Business and Management Research Methods*. Sage, 185-200.
- de Moraes Sidi, P., & Conte, E. (2017). Hermeneutics as a methodological possibility for research in education. *Ibero-American Journal of Studies in Education* , 12 (4), 1942-1954.
- Gibson, J. D. (2023). *Digital Communications: Introduction to Communication Systems*. Springer Nature.
- Liu, J., Yang, Y., & Yu, H. (2022, September). The simulation of a complete digital communication system. In *International Conference on Intelligent Systems, Communications, and Computer Networks (ISCCN 2022)* (Vol. 12332, pp. 283-293). SPIE.
- Komal, Sahota. (2022). Digital Transmission in Computer Network. 7(2):8-12. doi: 10.46610/joadc.2022.v07i02.002
- Vimala, Saravanan., Murali, Ramachandran., Sowmiya, Soundharaj. (2022). Exploring Various Digital Communication and its Classification. 1, 1(1):52-57. doi: 10.46632/rne/1/1/9
- Gilles, Geneix. (2023). The impact of social media on social interaction: the sociological perspective of communication. doi: 10.31219/osf.io/fjepm
- J., U., A., SOUSA. (2023). The influence of social media on adolescent social interactions. doi: 10.31219/osf.io/56yc2
- Francidalma, Soares, Sousa, Carvalho, Filha. (2023). Social Media as Communication–Transformation Tools. 1-11. doi: 10.1007/978-981-19-7447-2_1
- Siyao, Chen. (2023). The Influence of Social Media Platforms on Self-Identity In the New Media Environment: The Case of TikTok and Instagram. SHS web of conferences, 165:01020-01020. doi: 10.1051/shsconf/202316501020
- Dilan, Aktaş., Fazilet, Canbolat., Faruk, Gençöz. (2022). Qualitative Study on How Social Media Addiction Relate to Rules and Boundaries. *Ayna klinik psikoloji dergisi*.i, doi: 10.31682/ayna.1119318
- Rosha, Makvandi., Milad, Farzin. (2022). Applying qualitative approach to identify the characteristics of effective messages in eWOM communications. *Management matters*, 19(1):1-12. doi: 10.1108/manm-01-2022-0009

- Ahmad, Noor, Hazim, Ahmad, Ghani., Hawa, Rahmat. (2023). Confirmation Bias in Our Opinions on Social Media: A Qualitative Approach. 3(1):47-56. doi: 10.33093/jclc.2023.3.1.4
- Busro, Busro., Hidayatul, Fikra. (2023). Analysis of the Flexing Phenomenon in Social Media from a Hadith Perspective with a Psychological Approach. *Syaikhuna*, 14(01):71-86. doi: 10.58223/syaikhuna.v14i01.6476
- Giovanni, Livraga., Alessandro, Motta., Marco, Viviani. (2022). Assessing User Privacy on Social Media: The Twitter Case Study. doi: 10.1145/3524010.3539502
- Sibel, Dinç. (2023). Big data from social media perspective: a case study with facebook. doi: 10.58620/fbujoss.1310830
- S., Williams., Megan, D., McFarlane., Mary, Giammarino., Emily, Acker. (2023). Choosing COVID-19 treatment over prevention through vaccination: A U.S. social media case study. *Qualitative Health Communication*, doi: 10.7146/qhc.v2i1.133720
- Kristina, Gligoric., Justyna, Czkestopchowska., Ashton, Anderson., Robert, West. (2022). Anticipated versus Actual Effects of Platform Design Change: A Case Study of Twitter's Character Limit. *Proceedings of the ACM on human-computer interaction*, doi: 10.1145/3555659
- Martin, Engebretsen. (2023). Communicating health advice on social media: A multimodal case study. *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*, doi: 10.7146/mk.v39i74.134085
- Mellissa, S., Gordon., Christine, McCauley, Ohannessian. (2023). Social Media Use and Early Adolescents' Academic Achievement: Variations by Parent-Adolescent Communication and Gender. *Youth & Society*, doi: 10.1177/0044118x231180317
- Simon, Wan. (2023). Gender and age-specific use of social media. 23-42. doi: 10.1016/b978-0-323-95630-7.00001-9
- Paul, Weigle., Pamela, Hurst-Della, Pietra., Dale, Peeples. (2022). Tiktok teens: new research reveals how social media affects mental health. 61(10):S328-S328. doi: 10.1016/j.jaac.2022.07.744
- M., Mouhib. (2023). Analysis of the implementation of policies to prevent the spread of coronavirus disease 2019, case study. Singburi Province. doi: 10.58837/chula.is.2020.379
- Saadat, Izadi. (2023). Human resource management in the public sector in times of crisis. Case study. Office of the State Enterprise Policy Committee and the COVID-19 epidemic crisis. doi: 10.58837/chula.is.2020.367
- Benham, GP. (2023). Organizational adaptation: a case study of Thailand Post Company Limited. doi: 10.58837/chula.is.2020.371
- Mei, Lin, C., Valencia., B, Peters. (2023). Factors related to motivation and barriers influencing treatment and recovery process of methamphetamine use disorder through in-depth,

- semi-structured, qualitative interviews. *Journal of Substance Use*, 1-7. doi: 10.1080/14659891.2023.2166610
- Todd, Bixby., Christine, Brittle., Patricia, A., Mangan., Edward, A., Stadtmauer., Lisa, R., Kallenbach. (2023). Patient Perceptions of CAR-T Therapy in the USA: Findings from In-Depth Interviews. *Oncology and therapy*, 1-10. doi: 10.1007/s40487-023-00232-9
- Kristy, Nabhan-Warren. (2022). Participant Observation. *Fieldwork in Religion*, 17(1) doi: 10.1558/firn.22582
- Farooq, Mughal., Valerie, Stead., Caroline, Gatrell. (2021). Participant observation in gender and management research. 101-114. doi: 10.4337/9781788977937.00015
- Gabriella, D'Agostino. (2021). Participant Observation: The Personal Commitment in Native Life—A Problematic Methodological Topos. 313-340. doi: 10.1007/978-3-030-51720-5_14
- Sibel, Kusimba. (2023). Document Analysis. *Springer texts in education*, 139-146. doi: 10.1007/978-3-031-04394-9_23
- N., Danilović. (2022). Application of the document analysis method in the social sciences. *Social'ni komunikacii: teoriâ i praktika*, 13(2):13-27. doi: 10.51423/2524-0471-2021-13-2-12
- Jennifer, Cleland., Anna, MacLeod., Rachel, Ellaway. (2022). CARDA: Guiding document analyses in health professions education research. *Medical Education*, 57(5):406-417. doi: 10.1111/medu.14964
- Hani, Morgan. (2022). Conducting a Qualitative Document Analysis. *The qualitative report*, doi: 10.46743/2160-3715/2022.5044
- Harriet, Mowat. (2022). Interviews and Observation. 382-392. doi: 10.1002/9781119756927.ch37
- Adeagbo, Oluwafemi., Adeagbo, Oluwafemi., S., Xulu., Nondumiso, Dlamini., M., Luthuli., Thembani, Mhlongo., Carina, Herbst., Maryam, Shahmanesh., Janet, Seeley. (2021). Transcription as a Key Phase of Data Analysis in Qualitative Research: Experience from KwaZulu-Natal, South Africa. *Field Methods*, 33(4):417-423. doi: 10.1177/1525822X21989482
- Catherine, F., Nicholas., Lou, Clark., Karen, Szauter. (2019). Transcription and Data Management. 121-126. doi: 10.1007/978-3-030-26837-4_17
- Yonghe, Lu., Wenqiu, Liu., Xinyu, He. (2015). A text feature selection method based on category-distribution divergence. 4(2):143-148. doi: 10.5430/AIR.V4N2P143
- Bogdan, Maksak., Jose, Marcos, Rodriguez, Fernandez., Conan, McMurtie., Mahyar, Bordbar. (2018). Message text labelling.
- Ma, Liangzhuang. (2019). Method and device for determining text categories.

- Sourav, Sundar, Das. (2022). The contribution of a hermeneutic approach to investigate psychological variables in second language acquisition. *Frontiers in Psychology*, 13 doi: 10.3389/fpsyg.2022.1055249
- Dar'ia, Aleksandrovna, Varsonova. (2022). Hermeneutical Approach in Understanding Intercultural Communication. doi: 10.31483/r-101968
- Leela, Ramsook. (2018). A Methodological Approach to Hermeneutic Phenomenology. *International journal of humanities and social sciences*, 10(1):14-24.
- Charlene, A., VanLeeuwen., Linyuan, Guo-Brennan., Lori, E., Weeks. (2017). Conducting Hermeneutic Research in International Settings: Philosophical, Practical, and Ethical Considerations. doi: 10.11575/JAH.V0I0.53309
- Moana, Rarere., John, G., Oetzel., Bridgette, Masters-Awatere., Nina, Scott., Ray, Wihapi., Carey, Manuel., Rewa, Gilbert. (2019). Critical reflection for researcher–community partnership effectiveness: the He Pikinga Waiora process evaluation tool guiding the implementation of chronic condition interventions in Indigenous communities. *Australian Journal of Primary Health*, 25(5):478-485. doi: 10.1071/PY19022
- Rachel, Hagues. (2021). Conducting critical ethnography: Personal reflections on the role of the researcher. *International Social Work*, 64(3):438-443. doi: 10.1177/0020872818819731
- Priyanka, Pandey. (2023). Triangulation as a Research Method in Experimental Linguistics. *Lecture Notes in Computer Science*, 109-120. doi: 10.1007/978-3-031-24340-0_9
- Laura, L., Lemon., Jameson, L., Hayes. (2020). Enhancing Trustworthiness of Qualitative Findings: Using Leximancer for Qualitative Data Analysis Triangulation. *The Qualitative Report*, 25(3):604-614. doi: 10.46743/2160-3715/2020.4222
- Gabriela, López-Zerón., M., Isidora, Bilbao-Nieva., Kathryn, A., V., Clements. (2021). Conducting Member Checks With Multilingual Research Participants From Diverse Backgrounds. 2(2):24412-. doi: 10.35844/001C.24412
- Amber, G., Candela. (2019). Exploring the Function of Member Checking. *The Qualitative Report*, 24(3):619-628. doi: 10.46743/2160-3715/2019.3726
- Amit, Saxena. (2022). Audit Trail in Pharma: A Review. *Asian Journal of Pharmaceutical Research*, 359-363. doi: 10.52711/2231-5691.2022.00056
- Delphine, Eeckhout., Karolien, Aelbrecht., Catherine, Van, Der, Straeten. (2022). Informed Consent: Research Staff's Perspectives and Practical Recommendations to Improve Research Staff-Participant Communication. *Journal of Empirical Research on Human Research Ethics*, 18(1-2):3-12. doi: 10.1177/15562646221146043
- Manoj, Kumar., Irfan, Alam. (2023). A novel authentication protocol to ensure confidentiality among the Internet of Medical Things in covid-19 and future pandemic scenario. *Internet of things*, 22:100797-100797. doi: 10.1016/j.iot.2023.100797
- Natasha, Kuhrt. (2022). Confidentiality and data protection. 421-429. doi: 10.4337/9781800885783.00027

- Manoj, Goyal., Monika, Bansal. (2023). Publication of identifying information and protection of research participants. *Journal of Datta Meghe Institute of Medical Sciences University*, 18(2):345-346. doi: 10.4103/jdmimsu.jdmimsu_290_20
- Ioannis, Basdekis., Christos, Kloukinas., Carlos, Agostinho., Luigi, Gallo., George, Spanoudakis. (2023). Pseudonymisation in the context of GDPR-compliant medical research. 1-6. doi: 10.1109/DRCN57075.2023.10108370
- Reijo, Sund. (2012). Quality of the Finnish Hospital Discharge Register: a systematic review.. *Scandinavian Journal of Public Health*, 40(6):505-515. doi: 10.1177/1403494812456637
- Maria, K., E., Lahman., Rowen, Thomas., Eric, D., Teman. (2022). A Good Name: Pseudonyms in Research. *Qualitative Inquiry*, 29:678-685. doi: 10.1177/10778004221134088
- Oscar, R., Diamante. (2019). Social Media and the Hermeneutics of Participation in the Digital Culture. 92(2):142-171. doi: 10.31944/2019922.07
- John, Thøgersen. (2023). The importance of the context. 76-87. doi: 10.4337/9781803924519.00012
- Emily, Bouwman., Machiel, J., Reinders., Joris, Galama., M.C.D., Verain. (2022). The Impact of Both Individual and Contextual Factors on the Acceptance of Personalized Dietary Advice. *Nutrients*, 14(9):1866-1866. doi: 10.3390/nu14091866
- Siqi, Dai., Kai, Chen., Rui, Jin. (2021). The effect of message framing and language intensity on green consumption behavior willingness. *Environment, Development and Sustainability*, 1-21. doi: 10.1007/S10668-021-01540-8
- Hui, Liu., Shuang, Lu., Ximeng, Wang., Shaobo, Long. (2021). The Influence of Individual Characteristics on Cultural Consumption from the Perspective of Complex Social Network. *Complexity*, 2021(2021):1-14. doi: 10.1155/2021/7404690
- Muh., Yusuf, T. (2023). Social dynamics in the digital era: a case study of social interaction and cultural change in social media. doi: 10.31219/osf.io/sxrwf
- Giacomo, Albi., Elisa, Calzola., Giacomo, Dimarco. (2023). A data-driven kinetic model for opinion dynamics with social network contacts. *arXiv.org*, abs/2307.00906 doi: 10.48550/arXiv.2307.00906
- Bart, Nooteboom. (2022). Social Dynamics. *Journal of research in philosophy and history*, 5(3):p31-p31. doi: 10.22158/jrph.v5n3p31
- Vikram, Krishnamurthy. (2022). Dynamics of Social Networks: Multi-agent Information Fusion, Anticipatory Decision Making and Polling.
- Kateryna, Kalynets. (2023). Dilemma of ambiguity in personal brand understanding. *Economic scope*, doi: 10.32782/2224-6282/183-11
- Eric, Tham. (2022). Ambiguous Text. *Journal of Behavioral Finance*, 1-13. doi: 10.1080/15427560.2022.2037600

- Yaroslav, Yanenko. (2022). Socio-psychological features of the texts of media messages. *Образ*, 39(2):15-25. doi: 10.21272/obraz.2022.2(39)-15-25
- Esther, Thorson. (2023). Emotion in Processing Advertising and News. *Journalism & Communication Monographs*, 25(2):181-192. doi: 10.1177/15226379231167136
- Carolina, Escudero. (2023). Communication and emotions: the art of distinguishing, processing, and reacting. *Insights into Language, Culture and Communication*, 3(1):01-01. doi: 10.21622/ilcc.2023.03.1.001
- Marija, Ljubičić., Marijana, Matek, Sarić., Ivo, Klarin., Ivana, Rumbak., Irena, Colić, Barić., Jasmina, Ranilović., Boris, Dzelalija., Ana, Sarić., Dario, Naki., Ilija, Djekić., Małgorzata, Korzeniowska., Elena, Bartkiene., Maria, Papageorgiou., Monica, Tarcea., Maša, Černelič-Bizjak., Dace, Klava., Viktória, Szűcs., Elena, Vittadini., Dieuwerke, P., Bolhuis., Raquel, Guiné. (2023). Emotions and Food Consumption: Emotional Eating Behavior in a European Population. *Foods*, 12(4):872-872. doi: 10.3390/foods12040872
- Tatiana, Darie. (2023). The role of emotional marketing for an enterprise. doi: 10.53486/9789975359030.35
- Zhila, Aghajari., Eric, P., S., Baumer., Dominic, DiFranzo. (2023). What's the Norm Around Here? Individuals' Responses Can Mitigate the Effects of Misinformation Prevalence in Shaping Perceptions of a Community. doi: 10.1145/3544548.3580946
- Kenneth, S., Greenberg. (2023). *Community*. 215-241. doi: 10.1007/978-3-031-18215-0_11
- Jonathan, Chang., Charlotte, Schluger., Cristian, Danescu-Niculescu-Mizil. (2022). Thread With Caution: Proactively Helping Users Assess and Deescalate Tension in Their Online Discussions. *Proceedings of the ACM on human-computer interaction*, 6(CSCW2):1-37. doi: 10.1145/3555603
- Liza, Potts., Michael, Trice. (2022). Digital Community Moderation Values: Politics, News, and Hot Beverages on Reddit. 133-139. doi: 10.1109/ProComm53155.2022.00028
- Fan, Peng, Kong., Yuan, Li., Houssam, Nassif., Tanner, Fiez., Shreya, Chakrabarti., R., Henao. (2023). Neural Insights for Digital Marketing Content Design. *arXiv.org*, abs/2302.01416 doi: 10.1145/3580305.3599875
- Iris, Itzel, Curiel, Jiménez., Ana, Laura, Hernández, Barreto., Janik, Pérez, Granados., Carlos, Abraham, Almazan, Guzman. (2022). *Marketing Digital*. doi: 10.23882/eb.22.7377
- João, S., Oliveira., Kemefasu, Ifie., Martin, Sykora., Eleni, Tsoungkou., Vitor, Castro., Suzanne, Elayan. (2022). The effect of emotional positivity of brand-generated social media messages on consumer attention and information sharing. *Journal of business research*, doi: 10.1016/j.jbusres.2021.11.063
- Burhanuddin, Arafah., Muhammad, Muchlish, Hasyim. (2023). Digital Literacy: The Right Solution to Overcome the Various Problems of Meaning and Communication on Social Media. *Studies in Media and Communication*, doi: 10.11114/smc.v11i4.6003

Jian-Feng, Nie. (2023). Media literacy and digital citizenship. doi: 10.1016/b978-0-12-818872-9.00144-8

Rodney, H., Jones. (2022). Commentary: Critical Digital Literacies as Action, Affinity, and Affect. TESOL Quarterly, doi: 10.1002/tesq.3153