



e-ISSN 2798-8260



Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora Vol: 6, No 2, 2026, Page: 1-9

Strategi Jurnalisme Viral *Whiteboard Journal* dalam Isu Politik Melalui Logika Media Sosial

Siti Aryuni Muthmainah Fasya*, Achmad Abdul Basith, Efi Fadilah

Universitas Padjadjaran

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi adaptasi media alternatif melalui penggunaan format meme dalam mengkomunikasikan isu politik. Dengan menggunakan studi kasus pada akun Instagram @whiteboardjournal, penelitian ini membedah fenomena jurnalisme viral dengan mengintegrasikan kerangka Teori Social Media Logic (Van Dijck & Poell, 2013), serta lima dimensi logika jurnalisme media sosial Hermida dan Mellado (2020). Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik analisis data melalui observasi digital terhadap unggahan bertema politik selama periode satu tahun kepengurusan Kabinet Merah Putih (20 Oktober 2024 - 20 Oktober 2025). Temuan penelitian menunjukkan bahwa *Whiteboard Journal* menerapkan hibridisasi konvensi genre, estetika visual, serta strategi retorik satir dan humor untuk menyesuaikan diri dengan algoritma platform. Data keterlibatan menunjukkan bahwa konten bermuatan emosional dan urgensi publik memiliki tingkat keterbalikan (*shareability*) yang lebih tinggi dibanding konten informatif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa meme merupakan bentuk reartikulasi praktik jurnalistik yang mampu menjalankan fungsi pengawasan sosial melalui format budaya internet tanpa mengabaikan substansi informasi.

Kata Kunci: Jurnalisme Viral, Logika Media Sosial, Meme Politik

DOI:

<https://doi.org/10.53697/iso.v6i2.3961>

*Correspondence: Siti Aryuni

Muthmainah Fasya

Email: siti22018@mail.unpad.ac.id

Received: 03-10-2026

Accepted: 15-11-2026

Published: 28-12-2026



Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license

(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study aims to analyze alternative media adaptation strategies through the use of meme formats in communicating political issues. Using a case study of the Instagram account @whiteboardjournal, this study dissects the phenomenon of viral journalism by integrating the Social Media Logic theoretical framework (Van Dijck & Poell, 2013) and the five dimensions of social media journalism logic proposed by Hermida and Mellado (2020). The method used is descriptive qualitative with data analysis techniques through digital observation of political-themed posts during the one-year period of the Merah Putih Cabinet (October 20, 2024 - October 20, 2025). The research findings show that *Whiteboard Journal* applies a hybridization of genre conventions, visual aesthetics, and satirical and humorous rhetorical strategies to adapt to the platform's algorithm. Engagement data shows that content with emotional and public urgency has a higher level of shareability than informative content. This study concludes that memes are a form of rearticulation of journalistic practices that can perform a social oversight function through internet culture formats without neglecting the substance of information.

Keywords: Viral Journalism, Social Media Logic, Meme Politic

Pendahuluan

Transformasi digital telah mengubah bentuk sekaligus strategi penyajian berita, yang tercermin pula dalam pertumbuhan jumlah media digital yang aktif di Indonesia. Berdasarkan survei lanskap Media Pers Indonesia (Dewan Pers, 2024), terdapat 1.800 media yang terverifikasi oleh Dewan Pers, dengan 1.015 di antaranya merupakan media digital.

Fenomena ini menciptakan persaingan yang ketat di tengah ekosistem yang cair, di mana lonjakan konsumsi berita berbasis video hingga 65% (Reuters Institute Digital News Report, 2025), memaksa redaksi mengubah gaya penyampaian berita menjadi lebih personal guna beradaptasi dengan fragmentasi audiens di platform. Langkah adaptif tersebut merupakan respons terhadap pergeseran cara audiens mengakses, membaca, dan memaknai informasi di media sosial yang kini mulai mendominasi praktik jurnalisme arus utama maupun alternatif.

Evolusi konsumsi informasi di era digital ditandai oleh dominasi platform digital, penggunaan media sosial sebagai sumber utama berita, serta maraknya konten multimedia yang memengaruhi interaksi audiens terhadap informasi (Obasi, 2025). Pola konsumsi ini mendorong institusi media untuk mengadopsi format berita yang relevan dan adaptif terhadap kebiasaan audiens (Litbang KOMPAS, 2021), salah satunya melalui pendekatan jurnalisme viral, yang memprioritaskan daya sebar (*shareability*), keterlibatan (*engagement*), dan fleksibilitas format (Bebić & Volarević, 2016). Dalam konteks ini, media tidak lagi hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai aktor yang berpartisipasi dalam ekosistem digital yang diatur oleh mekanisme teknis platform. Bebić & Volarević (2016) menjelaskan bahwa integrasi fitur multimedia seperti video, fotografi, GIF, hingga meme, menjadi strategi teknis yang memberikan perspektif narasi baru sekaligus selaras dengan tuntutan algoritma agar konten tetap berada dalam arus distribusi pengguna.

Namun, upaya tersebut menghadapi kompleksitas lebih besar, terutama pada isu politik. Mengacu pada McNair (2011), isu politik mencakup diskursus mengenai kebijakan publik, praktik kekuasaan, legitimasi institusi negara, serta partisipasi warga yang dimediasi melalui media. Temuan dari MIT Management Sloan School (2018), memperlihatkan bahwa berita politik menyebar jauh lebih cepat daripada jenis berita lain, namun juga paling rentan terhadap disinformasi. Wardle dan Derakhshan (2017) menyebut media sosial sebagai ruang yang “*driven by the sharing of emotional content*”, sehingga konten dengan muatan emosi kuat lebih mudah tersebar. Kondisi ini menempatkan redaksi pada dilema antara mengejar keterlibatan audiens dan menjaga akurasi serta kedalaman informasi.

Pendekatan ini tampak secara konsisten pada Whiteboard, sebuah media alternatif yang berdiri tahun 2009. Whiteboard Journal menawarkan perspektif unik yang membedakannya dari media konvensional. Pemilihan Whiteboard Journal sebagai subjek penelitian dikarenakan adanya keunikan inovasi kontennya yang memperlihatkan hibridisasi antara konvensi populer seperti meme dengan substansi politik yang tajam. Praktik Whiteboard Journal dalam mengemas isu politik melalui format meme di media sosial memperlihatkan kecenderungan interaksi audiens yang tinggi, sehingga menarik untuk dikaji sebagai strategi yang potensial dalam menjangkau generasi muda. Hal ini relevan dengan temuan bahwa Gen Z cenderung mengonsumsi berita melalui media sosial dan lebih dipengaruhi oleh daya tarik visual serta jejaring sosial dibandingkan format berita tradisional (Andriana & Triwardhani, 2025).

Hal ini memunculkan celah penelitian (*research gap*) mengenai bagaimana media menavigasi dilema antara tuntutan viralitas di media sosial dengan tanggung jawab redaksional dalam menjaga akurasi informasi. Se jauh ini, literatur jurnalisme sering kali memandang konten populer seperti meme secara ambivalen, karena meskipun efektif dan menarik perhatian audiens, formatnya yang ringkas dan satir berpotensi menyederhanakan kompleksitas isu publik. Srikandi et al. (2024) mencatat bahwa meme telah berkembang dari sekedar humor menjadi alat komunikasi yang memengaruhi pembentukan wacana sosial-politik, sehingga menggeser cara informasi diproduksi dan dipahami audiens. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan menggunakan kerangka logika media sosial untuk menjelaskan bagaimana Whiteboard Journal mengintegrasikan format meme sebagai strategi jurnalisme yang adaptif untuk mengemas dan mendistribusikan isu politik dalam ekosistem media sosial.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengeksplorasi integrasi budaya meme pada akun Instagram @whiteboardjournal. Desain ini dipilih untuk membedah strategi jurnalisme viral dalam mengadaptasi logika media sosial tanpa mengabaikan fungsi informatif (Yin, 2018). Whiteboard Journal dipilih sebagai subjek penelitian karena posisinya sebagai media alternatif yang secara konsisten melakukan perpaduan antara produk jurnalistik dan budaya populer internet (meme) dalam mengkomunikasikan isu politik. Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan melalui teknik observasi digital dan dokumentasi terhadap unggahan isu politik di Instagram pada periode 1 tahun Kabinet Merah Putih (20 Oktober 2024 - 20 Oktober 2025), yang mencakup elemen visual, teks, dan metrik interaksi. Pemilihan sampel dilakukan secara purposive dengan kriteria: (1) konten mengangkat isu politik mengenai kepemimpinan Kabinet Merah Putih, (2) menggunakan format visual meme, dan (3) memiliki tingkat keterlibatan publik yang signifikan.

Analisis data dilakukan secara sistematis dengan mensintesis tiga lapisan kerangka teoritis sebagai pisau analisis. Pertama, prinsip Social Media Logic (Van Dijck & Poell, 2013) digunakan sebagai payung besar untuk memahami bagaimana platform mengarahkan produksi konten melalui mekanisme *programmability*, *popularity*, *connectivity*, dan *datafication*. Kedua, peneliti membedah praktik jurnalisme menggunakan tipologi dari Hermida dan Mellado (2020) yang mencakup dimensi struktur dan desain, estetika, konvensi genre, strategi retorik, serta interaksi dan intensi. Ketiga, karakteristik viralitas dari konten yang diteliti diidentifikasi melalui indikator Jurnalisme Viral milik Bebic dan Volarevic (2016), khususnya pada aspek *shareability*, *simplicity*, dan *emotions*. Teknik ini bertujuan untuk menginterpretasikan bagaimana adaptasi praktik jurnalistik terhadap aturan teknis platform menghasilkan pola komunikasi politik yang adaptif bagi audiens digital.

Hasil dan Pembahasan

Logika Platform dalam Produksi Konten Meme

Berdasarkan observasi terhadap unggahan konten berformat meme di akun Instagram @whiteboardjournal pada periode penelitian, ditemukan bahwa produksi meme dilakukan secara responsif mengikuti momentum (*moment-driven*). Redaksi menunjukkan kemampuan menyesuaikan waktu unggah dengan puncak percakapan publik di Instagram, sebuah praktik yang mencerminkan aspek *programmability* dalam logika media sosial. Hal ini terlihat dari pemilihan isu-isu politik yang sangat hangat, di mana konten dipublikasikan dalam rentang waktu singkat setelah peristiwa terjadi. Misalnya, unggahan “Kenapa Demo Lagi Hari Ini, dan Kenapa Direspons dengan Gas Air Mata Lagi?” (Lihat Gambar. 1) dipublikasikan pada hari berlangsungnya aksi demonstrasi dan memperoleh 104.865 *likes* serta 19.400 *share*. Kecepatan respons ini untuk memastikan agar pesan tetap berada dalam arus utama algoritma. Sejalan dengan penelitian tentang kurasi algoritmik, algoritma *news feed* bertindak sebagai mekanisme seleksi yang menentukan eksposur konten berdasarkan tingkat interaksi pengguna, sehingga menciptakan insentif bagi produsen berita untuk menyesuaikan strategi publikasi mereka dengan dinamika platform (Graz & Szucs, 2023). Lebih luas lagi, kehadiran algoritma dalam ekosistem media digital telah menggeser cara berita diproduksi dan dikonsumsi, di mana praktik jurnalistik semakin terintegrasi dengan sistem otomatis dan logika teknis platform (Zheng dkk., 2018).



Gambar.1 Screenshot unggahan Instagram @whiteboardjournal bertema demonstrasi publik dengan format visual ringkas dan judul percakapan, dipublikasikan mengikuti momentum peristiwa (28/09/2025)

Selain faktor aktualitas, Whiteboard Journal juga secara konsisten memanfaatkan fitur carousel, di mana format ini berpotensi mendapatkan tingginya *engagement* dari audiens (Putra & Darmawan, 2025). Strategi ini biasanya dilakukan dengan menempatkan visual yang memicu respons emosional pada slide pertama, diikuti oleh informasi teknis pada slide berikutnya. Pola ini mengonfirmasi bahwa viralitas konten tidak terjadi secara kebetulan, melainkan merupakan konsekuensi dari pemahaman redaksi terhadap mekanisme teknis platform yang mengutamakan keterlibatan pengguna (*engagement*).

Aspek popularity dan connectivity juga tampak dari desain meme yang dibuat sangat mudah dibagikan (*shareable*). Hal ini didukung oleh penggunaan kalimat ajakan implisit pada konten maupun *caption*, seperti pertanyaan reflektif atau kalimat yang mendorong audiens membagikan konten. Produksi konten ini tidak hanya bertujuan untuk menyebarkan informasi, tetapi juga secara aktif membentuk ekosistem digital yang memungkinkan sebuah isu politik mendapatkan jangkauan distribusi yang jauh lebih luas daripada format berita konvensional.

Adaptasi Praktik Jurnalistik ke dalam Format Meme

Pada level praktik produksi, meme yang diamati pada akun Whiteboard Journal tidak semata berfungsi sebagai materi hiburan, melainkan mengandung elemen-elemen informasi yang merefleksikan fungsi dasar jurnalisme. Sebagian besar unggahan mengangkat isu kebijakan publik atau dinamika politik yang relevan dengan kepentingan warga negara, seperti pajak, legislasi, kondisi ekonomi, hingga perlindungan hak sipil.

Pemanfaatan judul seperti “Kok Bisa 80,9% Masyarakat Puas sama 100 Hari Prabowo?” menunjukkan adanya upaya dekonstruksi isu kompleks melalui bahasa percakapan yang lebih sederhana dan akrab bagi audiens. Alih-alih menggunakan terminologi teknis atau gaya laporan formal, Whiteboard Journal memilih struktur pertanyaan langsung yang bersifat dialogis, sehingga memposisikan audiens sebagai partisipan yang diajak memahami persoalan secara bertahap. Strategi ini menyerupai fungsi *news explainer* dalam jurnalisme digital, yakni menyederhanakan informasi kompleks menjadi poin-poin esensial, namun dikemas dalam format meme yang lebih ringkas. Format teks-gambar pada meme membantu mereduksi kompleksitas isu politik sehingga pesan dapat dipahami secara cepat. Fungsi interpretatif ini sejalan dengan konsep *hermeneutical resources* (Andreas & Barbarrusa, 2024), di mana meme berperan sebagai alat bantu pemaknaan bagi audiens.



Gambar 2. Rangkaian slide konten meme Whiteboard Journal dari unggahan bertema evaluasi 100 hari pemerintahan (20/01/2025)

Adaptasi ini dapat dibedah lebih dalam melalui tipologi Hermida dan Mellado (2020). Dalam dimensi struktur dan desain, Whiteboard Journal memaksimalkan keterbatasan ruang visual Instagram dengan tipografi tebal dan tata letak minimalis yang

memudahkan audiens mengidentifikasi poin utama berita. Sementara pada dimensi estetika, konsistensi desain melalui warna dominan kuning menunjukkan pembentukan identitas visual.

Strategi yang paling menonjol ditemukan pada dimensi strategi retorik, di mana konten sering menggunakan humor, satir, dan ironi. Misalnya pada unggahan “All I Want for Christmas is PPN Gak Naik” yang memparodikan lirik lagu populer untuk mengkritik kebijakan pajak, serta “Turut Berduka atas Wafatnya Reformasi (1998-2025)” yang menggunakan format ucapan duka cita untuk menyindir kemunduran demokrasi. Kedua contoh tersebut menunjukkan bagaimana isu serius tidak disampaikan melalui bahasa informatif formal, melainkan melalui permainan simbol yang akrab dengan budaya internet. Pendekatan satir di sini berfungsi sebagai retorika kritik yang memungkinkan isu sensitif disampaikan secara ringan dan relevan dengan kehidupan audiens. Pada saat yang sama, penggabungan isu berat dengan konvensi genre konvensi genre meme mereposisi konten politik sebagai materi yang lebih *relatable*, terutama bagi audiens yang mengalami *news fatigue* (kejenuhan berita). Literatur menunjukkan bahwa humor dan satir dalam meme politik dapat memfasilitasi dialog dan keterlibatan publik di isu politik (Njoroge, 2025; Suhantoro & Suryanto, 2024).



Gambar 3. Contoh konten meme Whiteboard Journal yang menggunakan humor dan satir politik

Terakhir, dimensi interaksi dan intensionalitas menunjukkan bahwa Whiteboard Journal menggunakan meme sebagai medium untuk memobilisasi kesadaran publik. Dengan demikian, meme yang diproduksi oleh Whiteboard Journal dapat dipahami sebagai bentuk reartikulasi praktik jurnalistik ke dalam bahasa media sosial, di mana fungsi aktualisasi dan kepentingan publik tetap terjaga di tengah arus budaya populer.

Daya Tarik Emosional dan Pola Penyebaran Konten Politik di Instagram

Analisis terhadap performa unggahan Whiteboard Journal menunjukkan adanya korelasi yang signifikan antara karakter narasi yang dibangun dalam format meme dengan

tingkat keterlibatan audiens. Meskipun seluruh sampel penelitian menggunakan format meme, terdapat perbedaan metrik yang mencolok antara konten yang memuat urgensi atau respons emosional tinggi dan konten yang bersifat eksplanatif dengan intensitas emosional rendah. Sebagai contoh, unggahan bertema krisis ekonomi “Anjloknya IHSG Sebetulnya adalah Pertanda Bahaya Paling Nyata” memperoleh 156.972 likes dan 1.792 share, sementara isu demonstrasi publik “Kenapa Demo Lagi Hari Ini..” mencatat 104.865 likes dengan angka penyebaran yang sangat masif mencapai 19.400 shares. Tingginya distribusi pada kedua konten ini menunjukkan kuatnya daya dorong emosi seperti kecemasan, kemarahan, dan solidaritas kolektif dalam memicu tindakan berbagi.

Simpulan

Penelitian ini mengimplikasikan bahwa integrasi budaya meme oleh Whiteboard Journal bukan sekedar tren visual, melainkan bentuk negosiasi antara nilai-nilai jurnalistik dengan tuntutan algoritma ekosistem media sosial. Transformasi ini menunjukkan bahwa efektivitas jurnalisme digital kini sangat bergantung pada kemampuan redaksi dalam menerjemahkan isu publik yang kompleks ke dalam format yang responsif, satir, dan emosional guna memaksimalkan sirkulasi informasi. Sebagai rekomendasi praktis, media digital perlu menyusun panduan editorial khusus yang menyeimbangkan antara strategi perluasan jangkauan konten dengan kedalaman substansi berita agar akurasi tetap terjaga di tengah tekanan kecepatan platform. Sementara itu, bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi bagaimana audiens memproses pesan politik dalam format meme tersebut guna menguji apakah efektivitas interaksi (*engagement*) berbanding lurus dengan peningkatan pemahaman publik terhadap isu yang diangkat.

Daftar Pustaka

- Amderau, G., & Barbarrusa, D. (2024). The Function of Memes in Political Discourse.
- Andriany, D., & Triwardhani, I. J. (n.d.). News Consumption Behavior of Generation Z In
- Bebić, D., & Volarević, M. (2016). Viral journalism: The rise of a new form. *Medijska Behavior*, 86, 266–275. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.04.046>
- Berita Digital. Kompas.id. <https://www.kompas.id/artikel/memahami-sembilan-klaster-perilaku-audiens-berita-digital>
- BUDAYA SIBER. In *Jurnal Penelitian Seni Budaya* (Vol. 11, Number 1).
- Church, Z. (2018, 8 Maret). Study: False news spreads faster than the truth. *MIT Sloan. Communication*, 1(1), 2-14.
- Dewan Pers. (2025, 4 Januari). Survei Lanskap Media Pers Indonesia. Dewan Pers.
- Diffusion of Internet Memes. In *International Journal of Communication* (Vol. 13). <http://ijoc.org>.
- ed.). Sage Publications.
- Election. *International Journal of Communication and Public Relation*, 10(3), 25–44.
- EVOLUTION OF MEMES IN MASS COMMUNICATION. Al-Balagh : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, 9. <https://doi.org/10.22515/albalagh.v9i2.8873>
- Facebook. *Information Economics and Policy*, 62, 1-30.

- Garz, M., & Szucs, F. (2023). Algorithmic selection and supply of political news on Hermida, A., & Mellado, C. (2020). Dimensions of Social Media Logics: Mapping Forms of
<https://dewanpers.or.id/read/news/04-01-2025-survei-lanskap-media-pers-indonesia>
<https://doi.org/10.1016/j.infoecopol.2023.101020>
<https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1805779>
<https://doi.org/10.47134/interaction.v1i2.2887>
<https://doi.org/10.47604/ijcpr.3510>
<https://mitsloan.mit.edu/ideas-made-to-matter/study-false-news-spreads-faster-truth>
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025/dnr-executive-summary>
 Indonesia . *Interaction Communication Studies Journal*, 1(2), 119–128.
 interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe.
 Irmadini, I. M., Purwanto, E., Fitri, Agustin, N., & Agustin, M. (2025). Budaya Meme
 Istraživanja, 22, 107–126. <https://doi.org/10.22572/mi.22.2.6>
 Johann, M., & Bülow, L. (2019). One Does Not Simply Create a Meme: Conditions for the
 Journalistic Norms and Practices on Twitter and Instagram. *Digital Journalism*.
 Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi, 10(1), 88–106.
<https://doi.org/10.35508/jikom.v10i1.3773> Letuna, M. A. N. (2021). Instagram sebagai
 media edukasi vaksin Covid-19 di Indonesia. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu
 Komunikasi*, 10(1), 88–106. <https://doi.org/10.35508/jikom.v10i1.3773>
 Kopi Kenangan melalui Instagram Feeds. *SCIENTIFIC JOURNAL OF*
 Krisdamarjati, Y. A. (2021, 15 November). Memahami Sembilan Kluster Perilaku Audiens
 Letuna, M. A. N. (2021). Instagram sebagai media edukasi vaksin Covid-19 di Indonesia.
 McNair, B. (2011). *An introduction to political communication* (5th ed.). Routledge.
 Murfianti, F., Desain, J., Rupa, S., & Desain, D. (2019). MEME DI ERA DIGITAL DAN
 Newman, N. (2025, 17 Juni). Overviews and key findings of the 2025 Digital News Report.
 News Website: Functions and Narratives/Memy w czasie wojny w publikacjach polskich
 serwisów informacyjnych: funkcje i narracje. *Media I Społeczeństwo*, 20(1/ Zeszyt 1),
 74-91. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0054.6513>
 Njoroge, C. (2025). Visual Humor as a Political Tool: The Case of Memes in Kenya's 2022
 Obasi, H. U. (2025). The Evolution of News Consumption in the Digital Era: A Literature
 perception to automated news in a cross-cultural context. *Computers in Human
 Publik Dalam Media Sosial*. *Al-Munzir*, 15(2), 159-176.
 Putra, I. B. A., & Darmawan, I. M. D. H. (2025). Analisis Strategi Sosial Media Marketing
 REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business, 8(1), 279-287
 Reuters Institute for the Study of Journalism.
 Review. In *IRASS Journal of Arts, Humanities and Social Sciences* Abbreviate Title-IRASS J
 Arts Humanit Soc Sci ISSN. <https://irasspublisher.com/journal-details/IJAHSS>
 sebagai Ekspresi Budaya Populer Generasi Z. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 2(3), 10.
<https://doi.org/10.47134/dkv.v2i3.4273>
 Srikandi, M., Wahab, H., & Latupeirissa, J. (2024). FROM JOKE TO JOURNALISM: THE
 Suhantoro, I., & Sufyanto, S. (2024). Meme sebagai Katalisator Politik di Media Sosial

The Reading Community Via Instagram.
Retrieved.<https://edunity.publikasikupublisher.com>
Topoi: An International Review of Philosophy, 43(5), 1529-1547.
<https://doi.org/10.1007/s11245-024-10112-0>
Van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. Media and
Wahyudi, R. F., Cangara, H., & Hasrullah. (2022). Fenomena Meme Dan Ruang
Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). INFORMATION DISORDER : Toward an
Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th
Zheng, Y., Zhong, B., & Yang, F. (2018). When algorithms meet journalism: The user
Zhuravska, O. (2024). Memes During the Times of War in the Publications of the Polish