



Dekonstruksi makna *hyperhonest* di status Whatsapp

Lestari¹, Efthariena², Ferry Ferdiansyah³, Ananda Surya Ramadhan⁴, Ayu Lestari⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Siber Asia

¹efthariena03@student.unsia.ac.id ²lestari_1114@yahoo.com ³ferdian.galaxy@gmail.com ⁴sisurya08@gmail.com

⁵ayulestari@lecture.unsia.ac.id

Info Artikel:

Diterima :

10 Februari 2024

Disetujui :

20 Februari 2024

Dipublikasikan :

30 Maret 2024

ABSTRAK

Media sosial pada era internet yang kini dikenal dengan Masyarakat digital 5.0 adalah sebuah kebutuhan dalam menjalani kehidupan dan bermasyarakat. Fenomena *hyperhonest* ini terjadi pada media sosial di mana sangat mudah didapati individu yang memberikan informasi personal yang di dalamnya tidak terdapat informasi untuk kepentingan publik. Tujuan penelitian ini untuk memahami dekonstruksi makna *hyperhonest* sehingga adanya pemaknaan lain dari interpretasi makna lain dari *hyperhonest* yang sudah dipahami oleh publik sebelumnya. Penelitian ini dikaji dari perspektif kajian media digital dalam ranah ilmu komunikasi. Metode penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara dan observasi tak berstruktur. Hasil penelitian bahwa ditemukan bahwa dekonstruksi makna *hyperhonest* oleh subyek penelitian menghasilkan pemaknaan yang beragam, dipertahankan sebagai ekspresi personal. *Hyperhonest* hidup dalam sistem aplikasi whatsapp sebagai media sosial, bukan sekadar alat teknis, melainkan menciptakan interpretasi yang bervariasi tergantung pada subjek penelitian. Pendekatan dekonstruksi Derrida menunjukkan bahwa makna *hyperhonest* dalam fitur status tidaklah tetap, melainkan terbuka untuk penafsiran ulang oleh individu dalam era masyarakat digital yang dinamis.

Kata Kunci: Dekonstruksi, *Hyperhonest*, Media Sosial, Whatsapp

ABSTRACT

Social media in the internet era, now known as Digital Society 5.0, is a necessity in living and socializing. The hyperhonest phenomenon occurs on social media where it is very easy to find individuals who provide personal information in which there is no information for the public interest. The purpose of this research is to understand the deconstruction of the meaning of hyperhonest so that there is another interpretation of the meaning of hyperhonest that has been understood by the public before. This research is studied from the perspective of digital media studies in the realm of communication science. The research method uses qualitative research methods with data collection techniques of interviews and unstructured observations. The results of the study found that the deconstruction of the meaning of hyperhonest by the research subjects resulted in diverse meanings, maintained as a personal expression. Hyperhonest lives in the whatsapp application system as social media, not just a technical tool, but creates varied interpretations depending on the research subject. Derrida's deconstruction approach shows that the meaning of hyperhonest in the status feature is not fixed, but open to reinterpretation by individuals in the era of a dynamic digital society.

Keywords: Deconstruction, *Hyperhonest*, Social Media, Whatsapp.



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Arka Institute. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi Creative Commons Attribution NonCommercial 4.0 International License.
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Teknologi Informasi dan komunikasi benar-benar membawa implikasi besar terhadap kehidupan manusia. sejak media baru menjelang akhir abad 20 hegemoni media cetak dan elektronik tergantikan oleh media baru (Latif, 2022). Kemudahan bukan saja terjadi untuk mendapatkan informasi tetapi juga untuk memberikan informasi yang dimiliki. Perkembangan teknologi yang semakin semaju bersamaan dengan perkembangan sejumlah platform media sosial yang menjadi *platform* yang paling digemari oleh masyarakat.

Dengan media sosial kita dapat melihat kabar teman atau saudara yang memiliki jarak jauh menjadi terasa sangat dekat. Media sosial sebagai media baru yang termasuk instant messaging (IM), maka komunikasi akan menjadi semakin tersegmentasi dan masif (Luik, 2020). *World without secrets*

Bahwa kehadiran media baru menjadikan informasi sebagai sesuatu yang mudah dicari dan terbuka (Nasrullah, 2015). Menurut Hanani (2017) komunikasi menjadi atau sarana bagi seseorang untuk melangsungkan proses kehidupannya. Kebebasan berekspresi sebagai komunikasi membuat banyak orang di era digital ini sangat bergantung dengan media sosial dalam menjalankan kehidupannya. Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial mempunyai pengaruh yang besar dalam kehidupan seseorang. Seseorang yang awalnya kecil bisa menjadi besar dengan media sosial, atau sebaliknya (Putri, Nurwati, & Budiarti, 2016).

Salah satu platform media sosial yang digemari yakni aplikasi Whatsapp. Whatsapp merupakan aplikasi chatting atau percakapan singkat yang dirancang khusus pengguna *Smartphone*. Aplikasi Whatsapp mulai dibuat pada tahun 2009 ini terus mengalami perkembangan fitur. Salah satu fitur yang dirilis pada tahun 2017 yakni fitur status. Dimana fitur tersebut dapat digunakan pengguna untuk memasang foto, video, dan bahkan tulisan sebagai status.

Fitur Status pada aplikasi WhatsApp ini banyak digunakan oleh berbagai macam orang, pekerjaan dan alasan, seperti misalnya para penjual atau pelaku UMKM yang memasarkan dagangannya melalui fitur ini. Atau seorang karyawan yang mengupdate kegiatan Perusahaannya agar tercipta *branding* untuk Perusahaan tersebut atau untuk memperkenalkan produk-produk terbaru mereka. Hal ini adalah sebuah bentuk komunikasi era digital yang termasuk komunikasi publik Di mana komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang atau khalayak kini dapat terjadi di ruang digital seperti status WhatsApp yang dipaparkan (Mulyana, 2007).

Fungsi media sosial kini telah mengalami pergeseran makna dari hanya sekadar pengganti interaksi langsung menjadi panggung mengekspresikan diri atau selfdiscloser yang berujung pada *Hyperhonest* atau ungkapan yang terlalu jujur di media sosial (Hamzah & Putri, 2020). Fitur Status di WhatsApp kerap kali bukan hanya digunakan untuk kepentingan komersial dalam melakukan Niaga, tetapi mencakup kepentingan sosialisasi diri yang lebih luas.

Aktualisasi diri didapati di fitur status WhatsApp ini karena fitur ini banyak digunakan oleh Masyarakat untuk mengungkapkan perasaan yang saat ini dirasakan baik itu berupa kebahagiaan, kesedihan bahkan amarah dalam bentuk tulisan. Bahkan kadang gambar yang bertujuan mengungkapkan segala bentuk rasa atau apapun yang terjadi dalam kehidupan diri seseorang pada dunia sosialnya. Bahkan tak sedikit pula yang saling menyindir di dalam fitur tersebut. Tidak adanya aturan yang tertulis mengenai apa yang boleh atau aturan penggunaan bahasa dalam membagi status pribadi. Serta Masih banyak Masyarakat menganggap bahwa ruang lingkup status ini merupakan ranah pribadi pengguna sehingga bebas mengekspresikan diri di ruang ranah sosial media pribadinya tersebut.

Fenomena baru terjadi dan menjadi budaya pop melalui media digital WhatsApp pada fitur status yang dimilikinya tetapi digunakan oleh pengguna untuk memberikan informasi personal. Tindakan pengguna fitur WhatsApp dalam memberikan informasi yang bukan diperuntukan untuk kepentingan bersama dan cenderung mengungkapkan berlebihan aktualisasi diri dikenal dengan *hyperhonest*.

Fenomena *hyperhonest* ini terjadi pada media sosial di mana sangat mudah didapati individu yang memberikan informasi personal yang di dalamnya tidak terdapat informasi untuk kepentingan publik, yang dalam budaya populer *hyperhonest* sederhananya diikenal dengan fenomena curahan hati berlebihan pada media sosial. Status whatsapp mencerminkan banyak aspek kehidupan seseorang, mulai dari aktivitas harian hingga urusan pribadi yang mencari perhatian. Fitur status WhatsApp, ini menjadi cara cepat bagi pengguna untuk mengekspresikan diri dan berbagi momen dengan audiens mereka. Fenomena *Hyperhonest* di Status WhatsApp merupakan *Free online culture* Budaya baru yang tercipta dari layanan-layanan digital yang pada umumnya dapat diakses secara gratis. karena sudah memberikan berbagai hal secara cuma-cuma perusahaan platform digital Juga mendorong semua orang berkontribusi pada budaya baru ini dengan cara yang sama (Sudiby, 2019).

Hyperhonest menjadi fenomena di kalangan pengguna whatsapp pada fitur statusnya dikarenakan banyak pengguna media sosial whatsapp berargumen bahwa status adalah ranah personal yang dapat diberikan apa saja sesuai keinginan personal. Dalam media sosial terkhususnya status whatsapp sering kita temukan makna yang dituliskan oleh setiap orang yang bersifat motivasi, kata-kata gaul, dan seseorang juga bisa menggunakan kata-kata yang bijak karena untuk menjelaskan maksud dari unggahannya itu (Rada & Setyowati, 2021). Pemaknaan *Hyperhonest* pun dimaknai berbeda oleh masyarakat pengguna whatsapp.

Penelitian ini dikaji dari perspektif kajian media digital dalam ranah ilmu komunikasi. Dalam penelitian ini menggunakan teori dekonstruksi Derrida agar tercapai tujuan penelitian dengan hasil maksimal. Pandangan terhadap konsep dekonstruksi tidak mengikuti interpretasi tetap sesuai dengan makna awal dari teks tersebut. Dekonstruksi hadir untuk memungkinkan setiap teks mempunyai ragam makna (Endraswara, 2013).

Perbedaan pandangan terhadap suatu hal tersebut pada umumnya terdapat dalam pengkajian dekonstruksi yang diprakarsai oleh Jacques Derrida (Hasanah & Adawiyah, 2021). Dalam kata *Hyperhonest*, dekonstruksi menggali perbedaan makna dalam konten digital status WhatsApp. Pendekatan ini mengeksplorasi kontradiksi yang muncul dalam teks, baik tersurat maupun tersirat, tidak melihat teks sebagai sesuatu yang statis, tetapi terbuka untuk ditafsir ulang. Dalam kajian media digital, dekonstruksi memungkinkan kita melihat bagaimana makna dan narasi dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, politik, dan budaya yang berkembang.

Dengan mendekonstruksi konten digital, kita dapat mengungkap konstruksi narasi, kontrol produksi dan distribusi informasi, serta pengaruhnya terhadap pemirsa. Ini penting untuk memahami dinamika produksi dan konsumsi media digital serta mempertanyakan asumsi-asumsi dalam pembentukan makna di era digital. Dekonstruksi meyakini bahwa suatu teks pasti memiliki fakta fakta dan makna-makna yang tersembunyi dan berbeda dengan yang telah termaktub dalam teks tersebut (Andira, 2016).

Hyperhonest sebagai suatu kata dimaknai belum secara luas sehingga memungkinkan adanya dekonstruksi. Fokus Derrida adalah bahasa dan dekonstruksi atas hubungan langsung (*immediacy*) atau identitas antara kata dan makna (Widarti, Andriana, & Martana, 2020). *Hyperhonest* dimaknai sebagai kejujuran yang berlebihan bila ditilik dari dasar arti yang memaknai secara langsung (*immediacy*) dan dari hal yang telah dipaparkan peneliti akan menganalisis sejauh mana dan seberapa banyak dekonstruksi terhadap *hyperhonest* pada status whatsapp terjadi.

Penelitian ini memiliki landasan konseptual dari penelitian terdahulu yang berhubungan dan linear dengan judul penelitian yang dilakukan. Pada penelitian Sasongko (2020) menyatakan bahwa manusia berpaling dari dimensi yang satu ke dimensi yang berbeda. Hal inilah yang perlu menjadi kebaruan pemahaman kita dalam peristiwa kematian tersebut, sebagai sesuatu peristiwa yang tidak dapat dipisahkan dalam hidup manusia. Perbedaan penelitian ini terletak dari objek yang diteliti sedangkan persamaannya terletak pada teori Dekonstruksi yang digunakan.

Penelitian Widijanto (2023) menemukan bahwa mitos-mitos dalam pewayangan dibongkar dan di dekonstruksi oleh Seno Gumira dan Putu Wijaya untuk mengungkapkan pandangan dan penghayatan terhadap permasalahan kehidupan sosial budaya masa kini dengan memasukkan nilai-nilai karakter berupa keberanian, patriotism, cinta tanah air, kemanusiaan, inspiratif, adil, sabar, jujur, disiplin, kooperatif, dan toleran. Perbedaan penelitian ini terletak dari objek yang diteliti sedangkan persamaannya terletak pada perspektif dekonstruksi. Sedangkan pada penelitian Retnosari, Mustansyir, & Nugroho (2019) menunjukkan bahwa kejahatan komunikasi politik di era digital terjadi melalui media pasar digital sebagai media komunikasi politik. Perbedaan penelitian ini terletak dari objek yang diteliti sedangkan persamaannya terletak pada perspektif dekonstruksi.

Dari penelitian terdahulu pada diatas maka dapat dipahami bahwa kesamaan dengan penelitian ini adalah pada dekonstruksi sebagai subjek penelitian dan perbedaan pada penelitian terdahulu yang menjadi aspek kebaruan pada penelitian ini yaitu penelitian ini memberikan fenomena terkini mengenai *Hyperhonest* yang sebelumnya belum pernah diteliti dari perspektif dekonstruksi. Tujuan penelitian ini untuk memahami dekonstruksi makna *hyperhonest* sehingga adanya pemaknaan lain dari interpretasi makna lain dari *hyperhonest* yang sudah dipahami oleh publik sebelumnya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Dalam melakukan penelitian ini, pengumpulan data yang dilakukan dengan cara observasi (*field observasi*) serta wawancara (*interview*). Metode ini disebut juga sebagai riset kualitatif. Penelitian ini mendapatkan data yang didapat berasal dari wawancara kepada subjek penelitian yang kemudian dilakukan observasi. observasi yang dilakukan adalah observasi tak berstruktur yang artinya tidak sepenuhnya melaporkan peristiwa yang terjadi pada wawancara dan tetap menggunakan prinsip observasi utama yakni merangkum, mensistemasikan dan menyederhanakan representasi peristiwa (Rakhmat & Ibrahim, 2017)

Teknik dalam pengumpulan data dilakukan Peneliti adalah dengan melakukan observasi, yaitu dengan melihat pengguna aplikasi whatsapp yang dekat dengan peneliti dan melakukan wawancara terhadap subyek penelitian dengan mengkaji lebih dalam makna dan tujuan dari subjek peneliti melakukan upload status terkait perasaan diri atau pesan untuk seseorang serta menyandingkan dengan pemahaman arti dari para subjek penelitian. *Screenshot* sebagai data obeservasi dari subjek yang di interview.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh Peneliti kepada Pengguna aplikasi Whatsapp yang dikenal oleh Peneliti. Observasi ini dilakukan dengan melihat status - status dari teman atau kontak yang ada di Peneliti, dengan mengamati tingkah laku dari Subjek peneliti serta melakukan wawancara terhadap subjek tersebut.

Subjek penelitian pertama yakni seorang wanita yang tinggal di Tangerang Selatan, seorang ibu rumah tangga dengan 2 anak. Subjek lebih sering mengunggah status terkait foto - foto lokasi dan subjek tidak pernah melakukan pengungkapan perasaan di fitur status aplikasi Whatsapp. Tetapi ketika ditanya mengenai *hyperhonest* subjek menjawab "*Hyperhonest* itu seperti kecenderungan seseorang yang terlalu percaya diri".

Subjek kedua adalah seorang wanita berusia 32 Tahun, seorang ibu rumah tangga yang memiliki usaha bersama suaminya. Subjek biasanya mengupload terkait kegiatan, quote - quote. Ketika ditanya mengenai tujuan dari update status di aplikasi Whatsapp subjek menjelaskan bahwa hanya mengekspresikan rasa bahagia saja atau sekedar memberikan informasi yang mungkin bisa berguna bagi pengguna sosial media. Pertanyaan mengenai *hyperhonest* dijawabnya bahwa tak ada *hyperhonest* selai yang di share bermanfaat bagi diri maupun orang lain.

Subjek ketiga seorang wanita berusia 36 Tahun, seorang ibu rumah tangga yang saat ini berdomisili di Pangkal Pinang. Subjek lebih sering melakukan update status berupa foto - foto. Terkadang subjek melakukan update status di aplikasi Whatsapp berupa perasaan. Dan ketika ditanya alasan dalam melakukan update status berupa perasaan, subjek menjawab "hanya mengisi waktu". Pertanyaan *hyperhonest* dijawab bahwa ia menyadari banyak hal pribadi yang tak harus dishare di ruang publik sehingga kadang status di hide hanya dilihat orang tertentu.



Gambar 1. Screenshot status whatsapp

Jika melihat dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan dari tiga subjek tersebut diatas, bahwa dekonstruksi dari pemahaman Derrida bahwa "*there is nothing outside the text*" adalah benar dan untuk pembuktiannya dapat dipaparkan dalam tabel pengertian *Hyperhonest* dari para subjek penelitian berikut bahwa ada ada sesuatu diluar text yang terlihat sebagai dekonstruksi dari *Hyperhonest*.

Tabel 1. Pengertian *Hyperhonest* dari Subjek Penelitian

Subjek 1	<i>Hyperhonest</i> itu seperti kecenderungan seseorang yang terlalu percaya diri.
Subjek 2	Tak ada <i>Hyperhonest</i> selain yang di share bermanfaat bagi diri maupun orang lain.
Subjek 3	Hal pribadi yang tak harus di share

Hyperhonest dalam teori dekonstruksi Derrida ini dapat dianalisis melalui tiga hal penting yang mampu memaparkan lebih dalam hasil analisa penelitian sebagai berikut: (Norris, 2017)

1. Sebagaimana perubahan terjadi terus-menerus, dan terjadi dengan cara yang berbeda - beda untuk mempertahankan hidup. Pada penelitian ini *hyperhonest* memberikan makna dari text yang terjadi menerus pemaknaan berbedanya dari para subjek penelitian untuk mempertahankan pendapat atas makna tekstual *hyperhonest* sesuai pemahaman subjek penelitian
2. Dekonstruksi terjadi di dalam sistem - sistem yang hidup termasuk didalamnya bahasa dan teks. Penelitian akan *hyperhonest* secara tekstual hidup dalam sistem aplikasi whatsapp sebagai media sosial pada masyarakat digital.
3. Dekonstruksi bukanlah suatu alat atau teknik yang digunakan dalam suatu kerja setelah fakta dan tanpa subyek interpretasi. *Hyperhonest* adalah sebuah kata tekstual yang bukan alat atau teknik akan suatu fakta tertentu sehingga adanya subyek penelitian maka ditemukan interpretasi yang berbeda akan makna *hyperhonest* secara tekstual.

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan variasi dalam penggunaan fitur status WhatsApp oleh subjek penelitian. Subjek pertama cenderung menggunakan status untuk membagikan foto-foto lokasi tanpa mengungkapkan perasaan pribadi. Ketika ditanya mengenai *hyperhonest*, subjek menganggapnya sebagai kecenderungan seseorang yang terlalu percaya diri.

Subjek kedua lebih fokus pada kegiatan dan kutipan, dengan tujuan hanya untuk mengekspresikan rasa bahagia atau memberikan informasi yang mungkin bermanfaat bagi pengguna media sosial. Subjek ketiga, sementara itu, cenderung membagikan foto-foto dan kadang-kadang membagikan perasaannya melalui status. Namun, ia menyadari bahwa tidak semua hal pribadi harus dibagikan secara publik, sehingga terkadang status di-hide agar hanya bisa dilihat oleh orang tertentu.

Dari hasil observasi ini, dapat disimpulkan bahwa penggunaan fitur status WhatsApp bervariasi tergantung pada preferensi dan kebutuhan individu. Ada yang lebih memilih untuk membagikan aktivitas atau informasi yang bersifat umum, sementara ada juga yang lebih terbuka dalam membagikan perasaan pribadi. Namun demikian, kesadaran akan batasan dalam membagikan informasi pribadi juga terlihat, menunjukkan bahwa tidak semua informasi harus dipublikasikan secara luas.

Dalam konteks dekonstruksi, hasil observasi ini menunjukkan bahwa pemahaman mengenai makna dan tujuan penggunaan fitur status WhatsApp dapat berbeda-beda antara individu. Ada perbedaan dalam cara individu menafsirkan *hyperhonest*, dengan beberapa mengaitkannya dengan kepercayaan diri yang berlebihan, sementara yang lain lebih menekankan pada kebermanfaatan informasi yang dibagikan. Hal ini menunjukkan kompleksitas dalam pemaknaan sebuah fenomena sosial dalam konteks media digital, di mana makna dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor termasuk latar belakang dan pengalaman individu.

Hasil temuan pada penelitian ini mendukung temuan terdahulu bahwa pemaknaan atau dekonstruksi dapat terjadi dengan hasil beragam tergantung objeknya dan preferensi publik atau masyarakat yang bersinggungan dengan objek yang didekonstruksi. *Hyperhonest* dalam objek kali ini menghasilkan similar dekonstruksi dengan penelitian terdahulu bahwa dekonstruksi dapat terjadi kompleksitas pemaknaan bergantung kepada preferensi pemberi makna.

Dari segi teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami fenomena *hyperhonest* dalam fitur status WhatsApp melalui perspektif dekonstruksi. Pendekatan ini memungkinkan untuk melihat bagaimana pemaknaan terhadap fenomena tersebut dapat bervariasi dan

terbuka untuk ditafsir ulang, menggali kontradiksi-kontradiksi yang mungkin muncul dalam interpretasi individu, serta menyoroti kompleksitas dalam produksi dan konsumsi makna dalam era digital.

Dari analisis, ditemukan bahwa dekonstruksi makna *hyperhonest* oleh subyek penelitian menghasilkan pemaknaan yang beragam, dipertahankan sebagai ekspresi personal. *Hyperhonest* hidup dalam sistem aplikasi WhatsApp sebagai media sosial, bukan sekadar alat teknis, melainkan menciptakan interpretasi yang bervariasi tergantung pada subjek penelitian. Pendekatan dekonstruksi Derrida menunjukkan bahwa makna *hyperhonest* dalam fitur status tidaklah tetap, melainkan terbuka untuk penafsiran ulang oleh individu dalam era masyarakat digital yang dinamis.

KESIMPULAN

Dengan era digital kini dimana kehidupan masyarakat digital untuk berkomunikasi mengandalkan aplikasi whatsapp yang memiliki fitur status whatsapp yang digunakan untuk banyak hal dari kepentingan jual beli sampai dengan memaparkan hal pribadi sehingga menimbulkan fenomena *hyperhonest* dimana hal - hal pribadi dipaparkan secara terbuka kepada khalayak umum di ruang publik.

Dekonstruksi *hyperhonest* dalam penelitian ini menggunakan Teori dekonstruksi Derrida yang paling dikenal dengan "*there is nothing outside the text*". Penelitian ini membuktikan bahwa *Hyperhonest* dari para subjek penelitian mampu memberikan makna berbeda di luar dari makna tekstualnya. Melalui pendekatan dekonstruksi Derrida memperlihatkan bagaimana makna *hyperhonest* dalam fitur status tidaklah statis, melainkan terbuka untuk ditafsir ulang oleh individu dalam masyarakat digital. Hal ini menggambarkan bagaimana media digital, seperti WhatsApp, menjadi panggung bagi ekspresi diri dan interaksi sosial yang kompleks

DAFTAR PUSTAKA

- Andira, S. R. (2016). *Unsur-Unsur Aporia dalam Novel Pulang Karya Leila S. Chudori (Suatu Pendekatan Dekonstruksi Jacques Derrida)*. Makassar: FBS. Retrieved from <https://eprints.unm.ac.id/6470/>
- Endraswara, S. (2013). *Metodologi penelitian sastra*. Jakarta: Media Pressindo.
- Hamzah, R. E., & Putri, C. E. (2020). Analisis Self-Disclosure Pada Fenomena Hyperhonest Di Media Sosial. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(2), 221–229. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v3i2.1124>
- Hanani, S. (2017). Komunikasi antarpribadi teori dan praktik. *Yogyakarta: Ar-Ruzz Media*.
- Hasanah, M., & Adawiyah, R. (2021). Diferensiasi Konsep Perempuan Tiga Zaman: Kajian Dekonstruksi Jacques Derrida. *LITERA*, 20(1), 1–28. <https://doi.org/10.21831/ltr.v20i1.39036>
- Latif, D. (2022). *Media Sosial, Suatu Alternatif*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Luik, J. E. (2020). *Media Baru: Sebuah Pengantar*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu komunikasi suatu pengantar* (10th ed.). Bandung: Remaja Rosdakarya. <https://doi.org/979-514-993-8>
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016, 2017*.
- Norris, C. (2017). *Membongkar Teori Dekonstruksi Jacques Derrida, terj* (I. Muhsin, Ed.). Yogyakarta: Ar Ruzz Media.
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & Budiarti, M. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perilaku remaja. *Prosiding KS: Riset & PKM*, 3(1).
- Rada, J., & Setyowati, E. (2021). Analisis Makna dalam Status Whatsapp Mahasiswa IKIP Budi Utomo Malang (Tinjauan Semantik). *Prosiding Seminar Nasional Sastra, Lingua, Dan Pembelajarannya (Salinga)*, 1(1), 1–10. Malang: IKIP Budi Utomo. Retrieved from <http://ejurnal.budiotomomalang.ac.id/index.php/salinga/article/view/1552>
- Rakhmat, J., & Ibrahim, I. S. (2017). *Metode penelitian komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Retnosari, P., Mustansyir, R., & Nugroho, H. W. (2019). Dekonstruksi Komunikasi Politik di Era

Digital (Studi Analisis Wacana Kritis Fairclough). *DIA: Jurnal Administrasi Publik*, 17(2), 88–102. <https://doi.org/10.30996/dia.v17i2.3060>

Sasongko, Y. P. D. (2020). Dekonstruksi Kematian Dalam Komunikasi Persuasif Jaggi Vasudev. *IKON--Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 24(1), 28–38. Retrieved from <https://ojs.upi-yai.ac.id/index.php/IKON/article/view/1222>

Sudibyso, A. (2019). *Jagat Digital: Pembebasan dan Penguasaan*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.

Widarti, W., Andriana, D., & Martana, K. (2020). Analisis Dekonstruksi Maskulinitas Derrida dalam Iklan BB Cream Pria Korea. *JIKE: Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 3(2), 134–144.

Widijanto, T. (2023). Dekonstruksi Mitos Wayang Ramayana dan Barata Yuda dan Nilai-Nilai Pendidikan Karakter dalam Novel Kitab Omong Kosong Karya Seno Gumira Ajidarma dan Perang Karya Putu Wijaya. *Paramasastra: Jurnal Ilmiah Bahasa Sastra Dan Pembelajarannya*, 10(1), 93–112. <https://doi.org/10.26740/paramasastra.v10n1.p93-112>