A Content Analysis of Communication Styles in Two English-based Language Entertainment Information
Source Accounts in Indonesia on X (Twitter)
Tsaniya Rafa Mazaya, Dr. Supriyono, S.S., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

The advancement of social media has enabled entertainment news outlets to disseminate news and engage with their audiences. This study aims to evaluate various communication methods, the relationship between text and visual media, and the level of audience engagement related to these communication methods. The primary focus of this study is qualitative content analysis. This study utilized manual data collection and simple data coding. The data collection timeframe for this study consisted of tweets written between January 1 and January 11, 2026. For the purpose of this study, tweets were classified according to Four Models of Public Relations framework by Grunig and Hunt: Press Agentry/Publicity, Public Information, Two-Way Asymmetrical, and Two-Way Symmetrical. This study examined the dominant communication model of both accounts and how it related to other visual media components included in the posts. The study then evaluated the communication methods of both accounts in terms of audience engagement level, finding that the communication method used was directly related to audience engagement and was important in determining the relevance and credibility of the content. The study concluded that both accounts, for the most part, communicated using Public Information (one-way), mostly included additional visual media in their posts, and had an average level of audience engagement.

Keywords: X (Twitter), communication style, social media, content analysis, Indonesian entertainment industry

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**A Content Analysis of Communication Styles in Two English-based Language Entertainment Information
Source Accounts in Indonesia on X (Twitter)**
Tsaniya Rafa Mazaya, Dr. Supriyono, S.S., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRAK

Kemajuan media sosial telah memungkinkan outlet berita hiburan untuk menyebarkan berita dan berinteraksi dengan audiens mereka. Studi ini bertujuan untuk mengevaluasi berbagai metode komunikasi, hubungan antara media teks dan visual, serta seberapa terlibat audiens terkait metode komunikasi tersebut. Fokus utama dari studi ini adalah analisis isi kualitatif. Studi ini menggunakan metode pengumpulan data secara manual dan pengkodean data sederhana. Kerangka waktu pengumpulan data untuk studi ini terdiri dari tweet yang ditulis antara 1 Januari sampai dengan 11 Januari 2026. Untuk tujuan studi ini, tweet diklasifikasikan menurut *Four Models of Public Relations* oleh Grunig dan Hunt, yang terdiri dari *Press Agentry/Publicity*, *Public Information*, *Two-Way Asymmetrical*, dan *Two-Way Symmetrical*. Studi ini memeriksa model komunikasi dominan dari kedua akun dan bagaimana kaitannya dengan komponen media visual lain yang disertakan dalam postingan. Studi ini kemudian mengevaluasi metode komunikasi dari kedua akun dalam kategori tingkat keterlibatan audiens, dan menemukan bahwa metode komunikasi yang digunakan secara langsung berkaitan dengan keterlibatan audiens serta penting dalam menentukan relevansi dan kredibilitas konten. Studi ini menyimpulkan bahwa kedua akun, sebagian besar, berkomunikasi dengan model *Public Information* (satu arah), sebagian besar memposting media visual tambahan dalam postingan mereka, dan memiliki tingkat keterlibatan audiens yang rata-rata.

Keywords: X (Twitter), gaya komunikasi, media sosial, analisis konten, industri hiburan Indonesia