EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA INFORMASI PUBLIK: STUDI KASUS DISKOMINFO KOTA SUKABUMI

Khayla Zahwa Annisa[1], Alfi Rahmawati[2]
khaylazahwa@apps.ipb.ac.id[1], alfirahmawati@apps.ipb.ac.id[2]
IPB University

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mengubah cara masyarakat mengakses informasi, terutama melalui media sosial seperti Instagram. Akun Instagram pemerintah, seperti @diskominfo_sukabumikota, sering dinilai monoton dan kurang interaktif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen dan efektivitas akun Instagram @diskominfo_sukabumikota sebagai media informasi publik. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara semi-terstruktur. Analisis dilakukan berdasarkan tujuh aspek model Honeycomb. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun ini telah menunjukkan tingkat konsistensi dan profesionalisme yang baik, terutama dalam penyampaian konten informatif. Namun, masih terdapat tantangan dalam hal keseragaman visual, gaya komunikasi, dan peningkatan interaksi dengan pengguna. Instagram telah terbukti cukup efektif sebagai media penyebaran informasi publik walaupun masih diperlukan peningkatan dalam aspek kreativitas, interaktivitas, dan jangkauan audiens.
Kata Kunci: Diskominfo, Efektivitas Komunikasi, Informasi Publik, Instagram, Manajemen.

ABSTRACT

The development of digital technology has transformed the way society accesses information, particularly through social media platforms such as Instagram. Government-run Instagram accounts, such as @diskominfo_sukabumikota, are often perceived as monotonous and lacking interactivity. This study aims to analyze the management and effectiveness of the @diskominfo_sukabumikota Instagram account as a medium for public information. A qualitative descriptive method was used, with data collected through semi-structured interviews. The analysis was based on the Honeycomb model of social media management. The results show that the account demonstrates a good level of consistency and professionalism, especially in delivering informative content. However, challenges remain in visual consistency, communication style, and enhancing user interaction. Overall, Instagram has proven to be a fairly effective medium for disseminating public information, although improvements are still needed in creativity, interactivity, and audience reach.
Keywords: *Diskominfo, Communication Effectiveness, Public Information, Instagram, Management.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat memperoleh dan menyebarkan informasi. Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang bersumber dari apjii.or.id, jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa. Mayoritas pengguna internet tersebut adalah Generasi Z (kelahiran 1997-2012) sebanyak 34,40% lalu diikuti oleh Generasi Milenial (kelahiran 1981-1996) sebanyak 30,62%. Hal ini menunjukkan bahwa dua generasi ini memiliki peran dominan dalam aktivitas digital, termasuk dalam hal pencarian informasi, Komunikasi, hingga keterlibatan dalam isu-isu publik melalui berbagai platform media sosial. Kemudahan dalam berbagi konten menjadikan media sosial sebagai alat yang efektif bagi individu, perusahaan, maupun instansi pemerintah dalam menyampaikan pesan kepada publik (Warpindyastuti dan Sulistyawati 2018).

Platform seperti Instagram, TikTok, dan Twitter telah menjadi ruang utama bagi generasi muda khususnya Gen Z, untuk berinteraksi dan mengakses informasi (Anhar et al. 2024). Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang paling populer di Indonesia dengan jumlah pengguna yang terus meningkat setiap tahunnya. Menurut data dari napoleoncat.com per Januari 2025, jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 90.183.200 pengguna. Mayoritas pengguna berasal dari rentang usia produktif, yaitu 25-34 tahun sebesar 39,9% dan 18-24 tahun sebesar 32,7%. Data ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki potensi besar sebagai media informasi publik yang mampu menjangkau generasi muda secara luas, sehingga menjadi saluran strategis bagi berbagai pihak, termasuk instansi pemerintah dalam menyampaikan informasi, membangun interaksi, dan meningkatkan partisipasi masyarakat.

Media sosial Instagram menawarkan fitur-fitur menarik seperti reels, story, dan feed yang memungkinkan penyampaian informasi dapat disampaikan secara cepat dan menarik. Platform ini juga memfasilitasi interaksi langsung antara pengguna dan penyedia informasi melalui komentar, likes, dan direct messages. Melalui media sosial Instagram, instansi pemerintah dapat memberikan pelayanan publik yang lebih transparan dan langsung (Supriyanto et al., 2024). Meskipun potensi dalam menyampaikan informasi sangat besar, pengelolaan akun Instagram oleh pemerintah seringkali menghadapi tantangan dalam menyajikan konten yang menarik dan konsisten agar pesan yang disampaikan dapat tersampaikan secara efektif.

Pemerintah yang aktif, transparan, dan responsif dalam menyampaikan informasi melalui media sosial akan membangun kepercayaan publik serta meningkatkan citra positif pemerintah daerah (Saputro et al. 2023). Meskipun media sosial memiliki potensi besar sebagai sarana komunikasi publik, akun-akun media sosial milik instansi pemerintah seringkali kurang diminati oleh masyarakat. Hal ini disebabkan oleh gaya komunikasi yang dianggap membosankan dan konten yang kurang jelas maksud dan tujuannya. Menurut Edy Supangat dari Direktorat Pengelolaan Media pada Ditjen IKP Kominfo dalam humasindonesia.id, media sosial pemerintah umumnya hanya berfokus pada menyampaikan kegiatan yang telah atau sedang dilakukan, bukan pada informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat dan dampaknya. Akibatnya, tingkat interaksi antara masyarakat dengan pemerintah di media sosial masih rendah.

Kondisi ini juga tercermin dalam akun Instagram Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Sukabumi yang memiliki beberapa permasalahan dan perlu diperhatikan. Pertama, kurangnya konsistensi visual dalam konten yang diunggah, seperti tidak adanya pedoman warna atau desain yang seragam. Kedua, tingkat interaksi dengan masyarakat yang masih rendah, menurut data dari instrack.app, Instagram Diskominfo Kota Sukabumi memiliki engagement rate sebesar 0,25%, rata-rata 15 likes dan 0 komen per unggahan. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang disajikan belum sepenuhnya menarik perhatian atau mengundang partisipasi publik.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Azizah (2024) berjudul "Pengelolaan Media Sosial Instagram Pemerintah Kota Balikpapan dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi Publik Kota Balikpapan" menemukan bahwa penyampaian informasi publik melalui media sosial telah berjalan secara efektif dan memenuhi standar pelayanan yang baik, khususnya dalam hal komunikasi dengan masyarakat. Penelitian lain yang dilakukan oleh Hayyu dan Pribadi (2025) menunjukkan bahwa Instagram digunakan sebagai media utama untuk menyebarkan informasi secara cepat, akurat, dan mudah diakses oleh masyarakat.

Penelitian yang secara khusus menganalisis efektivitas manajemen media sosial Instagram oleh Diskominfo Kota Sukabumi masih terbatas. Sehingga penelitian ini

dilakukan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan berfokus pada analisis manajemen media sosial dan efektivitas komunikasi melalui Instagram Diskominfo Kota Sukabumi. Penelitian ini menawarkan kontribusi baru dengan menggabungkan analisis manajemen media sosial berdasarkan model Honeycomb oleh Kietzmann et al. (dalam Yusmanizar et al., 2020).

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif yang bertujuan untuk menganalisis manajemen media sosial dan efektivitas pengelolaan Instagram Diskominfo Kota Sukabumi dalam menyampaikan informasi publik. Menurut Yuliani (2018), deskriptif Kualitatif merupakan metode penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif sederhana dengan mengikuti alur induktif. Metode ini berfokus pada pemahaman manajemen media sosial Instagram dan efektivitas pengelolaan Instagram Diskominfo Kota Sukabumi dalam menyampaikan informasi publik. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Diskominfo Kota Sukabumi dengan waktu penelitian berlangsung selama lima bulan, yaitu Januari hingga Mei 2025. Adapun key informan untuk penelitian ini yaitu RS sebagai pengelola akun Instagram Diskominfo Kota Sukabumi dan KA sebagai social media specialist atau ahli media sosial yang dipilih karena mereka memenuhi kriteria pada penelitian ini.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara mendalam yang dilakukan dengan panduan wawancara semi-terstruktur. Penelitian ditulis melalui proses mendengarkan dari orang lain atau bertemu secara langsung dengan informan melalui wawancara (Darmanita dan Yusri, 2020). Wawancara ini bertujuan untuk mengeksplorasi pemahaman terkait manajemen media sosial berdasarkan teori Honeycomb Model. Indikator manajemen media sosial dalam penelitian ini diklasifikasikan ke dalam tujuh kategori, yaitu identity, conversations, sharing, presence, relationship, reputation, dan groups. Panduan wawancara difokuskan pada masing-masing indikator tersebut untuk memperoleh data yang sesuai dengan tujuan dari penelitian ini.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis data model analisis interaktif Miles dan Huberman. Proses analisis ini mencakup beberapa tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Latifah dan Supena, 2021). Tahap reduksi data merupakan proses seleksi yang berfokus pada penyederhanaan data mentah yang diambil dari dokumen tertulis yang diperiksa. Penyajian data dilakukan dengan memisahkan setiap satuan data ke dalam kelompok yang memiliki kesamaan dan dianalisis hubungannya dengan jawaban lain untuk memudahkan pemahaman, dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan untuk memahami secara komprehensif bagaimana manajemen media sosial Instagram dan efektivitas pengelolaan Instagram Diskominfo Kota Sukabumi dalam menyampaikan informasi publik. Keabsahan data juga diperiksa melalui triangulasi metode dengan membandingkan data dari beberapa informan untuk memastikan konsistensi dan validitas temuan. Adapun triangulasi dalam penelitian ini yaitu SDA sebagai followers Instagram Diskominfo Kota Sukabumi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Manajemen Media Sosial Instagram Diskominfo Kota Sukabumi dalam Menyampaikan Informasi Publik

Manajemen media sosial Instagram Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Sukabumi merupakan salah satu bentuk transformasi komunikasi publik pemerintah daerah dalam menghadapi era digital. Diskominfo memiliki tanggung jawab untuk memastikan informasi publik disampaikan dengan cara yang tepat, menarik, dan mudah diakses oleh masyarakat. Tugas dan fungsi Diskominfo sebagaimana diatur dalam Undang-

Undang Nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik menekankan pentingnya transparansi, aksesibilitas, dan penyediaan informasi yang akurat dan berkualitas.

Pengelolaan akun Instagram @diskominfo_sukabumikota dilakukan oleh tim kecil yang bertanggung jawab atas produksi dan publikasi konten. Tim ini menyusun agenda harian melalui diskusi internal yang mempertimbangkan isu aktual, agenda kepala daerah, dan kebutuhan Informasi masyarakat. Meskipun belum memiliki pedoman formal seperti buku panduan desain, tim Diskominfo telah menerapkan standar visual secara tidak langsung, seperti penggunaan warna biru sebagai warna dominan sehingga bisa mencerminkan identitas Institusi. Hal ini mencerminkan adanya perhatian terhadap aspek identity, meskipun penerapannya masih bersifat fleksibel.

Konsistensi visual menjadi tantangan tersendiri dalam manajemen media sosial Instagram Diskominfo. Beberapa unggahan terlihat tidak seragam secara estetika, dan belum semua konten mengedepankan keselarasan desain maupun tone visual. Hal ini berdampak pada pencitraan akun sebagai representasi institusi pemerintah. Penguatan identitas visual melalui penerapan color palette, template desain, serta gaya bahasa yang khas menjadi salah satu kebutuhan mendesak agar akun dapat memiliki karakter yang kuat dan mudah dikenali masyarakat.

Diskominfo Kota Sukabumi menunjukkan komitmen tinggi dalam menjawab komentar dan pesan langsung (DM) dari masyarakat. Mereka memiliki kebijakan untuk menanggapi pertanyaan maupun keluhan, bahkan yang tidak berkaitan langsung dengan kewenangan Diskominfo. Namun, gaya komunikasi yang cenderung formal masih menjadi hambatan dalam membangun interaksi yang lebih hidup dan akrab dengan audiens. Upaya yang telah dilakukan untuk mengatasi hal tersebut dengan membuat konten yang lebih ringan dan bersifat humanis, seperti konten hiburan, rekomendasi kuliner, atau konten akhir pekan.

Evaluasi performa akun dilakukan secara rutin oleh pengelola akun Instagram Diskominfo, dengan memperhatikan indikator insight seperti jumlah likes, komentar, reach, dan save. Kendala terbesar dalam mendorong peningkatan interaksi adalah keterbatasan sumber daya manusia, serta persepsi bahwa akun pemerintah bersifat kaku dan kurang interaktif. Upaya yang dilakukan oleh pengelola akun Instagram Diskominfo untuk mengatasi hal tersebut yaitu mulai membuat hal baru dengan berbagai pendekatan konten yang lebih kreatif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat.

Diskominfo menyampaikan informasi secara rutin melalui berbagai format konten seperti gambar dan video. Konten-konten ini tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga edukatif dan persuasif. Sebagian besar konten berkaitan dengan agenda wali kota, pengumuman publik, edukasi digital, dan kampanye anti-hoaks. Diskominfo juga menyisipkan materi ringan sebagai selingan untuk menarik perhatian publik. Strategi ini penting untuk menjaga keseimbangan antara informasi formal dan pendekatan yang lebih dekat dengan keseharian masyarakat.

Presence atau kehadiran digital juga menjadi perhatian Diskominfo. Mereka menargetkan frekuensi unggahan sebanyak dua hingga tiga kali sehari dengan jadwal yang disesuaikan berdasarkan data insight. Waktu unggah terbaik adalah pukul 12.00, 18.00, dan 21.00, dengan jam 18.00 menunjukkan engagement tertinggi. Strategi penjadwalan ini merupakan bentuk adaptasi Pola perilaku digital masyarakat yang menjadi target audiens utama akun ini.

Aspek relationship mencakup upaya membangun hubungan jangka panjang dengan audiens. Diskominfo tidak hanya mengelola akun secara teknis, tetapi juga memposisikan diri sebagai jembatan antara pemerintah dan masyarakat. Komitmen ini ditunjukkan dengan

ketersediaan menindaklanjuti keluhan atau pertanyaan meskipun berada di luar lingkup tugas utama Diskominfo. Bentuk hubungan ini memperkuat kredibilitas dan kepercayaan publik terhadap institusi.

Diskominfo menunjukkan kesadaran terhadap pentingnya citra publik. Respons masyarakat terhadap konten Instagram cenderung beragam, namun terdapat konten yang viral secara organik karena relevansi isu yang tinggi dan disoroti oleh banyak orang. Fenomena ini menunjukkan bahwa konten yang disusun dengan baik memiliki potensi menjangkau khalayak yang lebih luas dan menciptakan dampak berkelanjutan. Evaluasi berbasis feedback dan data insight menjadi salah satu strategi penting dalam menjaga reputasi digital Institusi.

Aspek groups menekankan pentingnya pemahaman terhadap karakteristik audiens. Berdasarkan data insight, mayoritas pengikut akun Instagram Diskominfo berusia 18-34 tahun. Diskominfo telah menyesuaikan gaya konten untuk menjangkau segmen ini, baik dari segi visual, bahasa, maupun tema pesan. Upaya ini perlu terus dikembangkan agar pesan-pesan pemerintah dapat tersampaikan secara efektif kepada kelompok usia produktif yang menjadi penentu opini publik di era digital.

Gambar 1
Rentang usia followers @diskominfo_sukabumikota

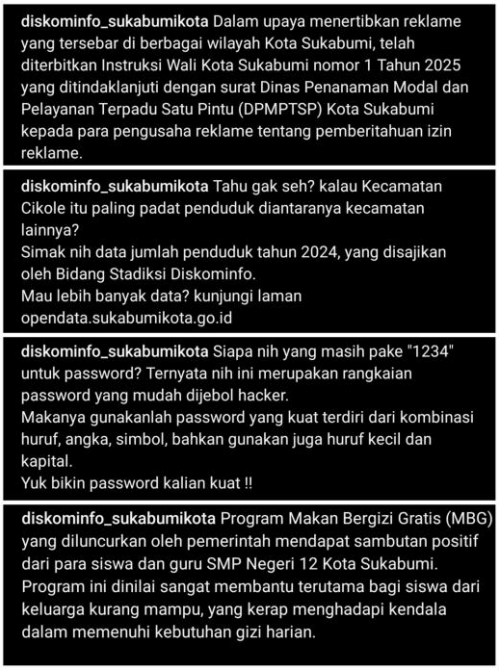
B. Efektivitas Pengelolaan Instagram Diskominfo Kota Sukabumi Sebagai Media Informasi Publik

Efektivitas pengelolaan Instagram Diskominfo Kota Sukabumi sebagai media informasi publik dapat dilihat melalui tujuh teori Honeycomb Model, yaitu identity, conversations, sharing, presence, relationship, reputation, dan groups. Berdasarkan hasil wawancara dengan ahli atau social media specialist dan followers atau pengikut akun Instagram @diskominfo_sukabumikota, efektivitas akun ini dinilai cukup baik, namun ada beberapa aspek yang perlu ditingkatkan agar penyampaian informasi dapat lebih efektif dan optimal.

Menurut pengikut akun Instagram Diskominfo Kota Sukabumi, akun @diskominfo_sukabumikota mencerminkan identitas sebagai instansi pemerintah. Hal itu terlihat dari penggunaan logo resmi, nama akun yang langsung menyebut nama institusi, serta konten-konten yang membahas kebijakan atau kegiatan pemerintahan. Namun menurut ahli media sosial, konsistensi visual masih lemah karena tidak adanya pedoman warna atau desain yang kuat, sehingga kesan visualnya belum cukup merepresentasikan citra profesional. Tampilan desainnya pun terkadang masih terlalu kaku dan monoton sehingga kurang menarik perhatian pengikut akun Instagram tersebut.

Interaksi atau percakapan akun @diskominfo_sukabumikota terbilang masih terbatas. Pengikut akun Instagram menyebutkan bahwa dirinya pernah memberikan like atau membagikan konten, tetapi jarang terlibat dalam diskusi melalui komentar. Gaya bahasa dalam caption masih terlalu formal dan kurang mengajak audiens untuk berinteraksi. Ahli

media sosial menyarankan pendekatan yang lebih komunikatif, seperti penggunaan bahasa yang ringan, penggunaan fitur polling dan QnA untuk mendorong respons dari pengikut Instagram Diskominfo Kota Sukabumi.



Gambar 2
Caption postingan Instagram @diskominfo_sukabumikota

Informasi yang dibagikan oleh akun Instagram @diskominfo_sukabumikota cukup relevan, seperti agenda Walikota, klarifikasi hoaks, atau pelayanan publik. Namun dari sisi tampilan, kontennya masih kurang kreatif dan tidak terlalu variatif. Konten dianggap kurang memberikan isi-isi konten yang dibutuhkan oleh masyarakat luas sehingga pengikut merasa kurang mendapatkan informasi yang relevan dan dibutuhkan oleh masyarakat. Menurut ahli media sosial, penggunaan format konten yang inovatif dan konten relevan dengan isu-isu atau informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat akan membantu meningkatkan ketertarikan audiens dalam menerima informasi.

Pengikut akun Instagram @diskominfo_sukabumikota menilai bahwa akun ini terlihat aktif di linimasa, baik melalui feeds, reels, maupun story. Namun, akun ini terasa kurang karena minim konten human interest atau komunikasi yang melibatkan masyarakat luas. Adanya konten interaktif seperti “Wali Kota Menyapa” atau sesi tanya jawab melalui komentar atau fitur QnA dapat menambah daya tarik pengikut akun Instagram Diskominfo Kota Sukabumi dan publik merasa lebih dekat dengan pemerintah.

Respons yang diberikan oleh admin akun Instagram @diskominfo_sukabumikota dinilai cukup responsif ketika ada yang mengajukan pertanyaan melalui kolom komentar. Pengikut akun Instagram ini merasa terbantu ketika memiliki pertanyaan seputar konten atau memberikan kritik dijawab dan diterima baik oleh admin akun Instagram. Hal ini dapat menunjukkan niat baik Instansi dalam menjaga hubungan dengan publik dan harus terus dipertahankan agar tetap mendapatkan kepercayaan dari publik.

Instagram @diskominfo_sukabumikota dinilai sebagai sumber informasi yang resmi dan terpercaya. Pengikut akun Instagram ini mengapresiasi kehadiran akun ini dalam menyampaikan informasi aktual, terutama saat ada kabar hoaks atau informasi penting daerah. Namun dari segi tampilan dan strategi komunikasi, reputasi ini belum diimbangi dengan kekuatan visual dan kreativitas penyajian. Ahli media sosial menyatakan bahwa

akun seperti ini harus mampu membangun reputasi tidak hanya sebagai kanal informasi, tetapi juga sebagai representasi wajah digital pemerintah daerah.

Menurut pengikut Instagram @diskominfo_sukabumikota, akun ini lebih sering digunakan dan relevan bagi kalangan ASN atau pegawai pemerintahan. Konten kurang memberikan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat luas dan tidak terlalu dekat dengan isu keseharian masyarakat. Konten akun Instagram ini bisa dibuat lebih santai dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat, seperti membahas kegiatan masyarakat, UMKM lokal, atau cerita inspiratif. Ahli media sosial juga menyarankan agar Diskominfo Kota Sukabumi mulai membangun komunitas digital, misalnya lomba daring atau program edukatif berbasis media social.

KESIMPULAN

Pengelolaan akun Instagram @diskominfo_sukabumikota telah mencerminkan prinsip-prinsip manajemen media sosial yang cukup baik. Pengelolaan dilakukan oleh tim khusus yang aktif merencanakan, memproduksi, dan mempublikasikan konten sesuai agenda dan isu pemerintahan yang relevan. Melalui tujuh indikator dari teori Honeycomb Model, akun ini menunjukkan komitmen dalam menjaga identitas institusi (identity), menjalin komunikasi dengan masyarakat meskipun masih terbatas (conversations), serta aktif dalam berbagi informasi publik yang relevan (sharing). Kehadiran digital (presence) terlihat dari frekuensi unggahan yang konsisten, dan hubungan dengan audiens (relationship) dijaga melalui respon terhadap DM maupun komentar. Namun demikian, reputasi (reputation) dan jangkauan komunitas audiens (groups) masih perlu ditingkatkan agar akun ini tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi, tetapi juga sebagai ruang interaktif yang dekat dengan publik.

Berdasarkan persepsi dari pengikut akun Instagram @diskominfo_sukabumikota dan ahli media sosial, Instagram Diskominfo Kota Sukabumi sudah cukup efektif jika ditinjau dari tujuh aspek Honeycomb Model. Identitas akun telah dikenali sebagai representasi resmi pemerintah, tetapi conversations masih perlu didorong melalui gaya bahasa yang lebih ringan dan komunikatif. Aktivitas sharing telah mencakup topik yang relevan dengan akun pemerintahan, namun variatif kontennya masih dapat diperluas. Keberadaan (presence) akun di linimasa pengikut cukup konsisten, tetapi belum mampu menciptakan kedekatan emosional. Diskominfo sudah menunjukkan usaha merespon dan menjembatani keluhan dalam membangun relationship dan reputasi sebagai kanal informasi terpercaya telah terbentuk, meskipun dari sisi visual dan estetika konten masih perlu ditingkatkan agar menarik generasi muda. Aspek groups memperlihatkan bahwa audiens akun masih terbatas pada kalangan tertentu. Diskominfo Kota Sukabumi perlu memperkuat keterlibatan, kreativitas konten, dan memperluas komunikatif berbasis komunikasi digital untuk menjadi media informasi publik yang benar-benar efektif.

DAFTAR PUSTAKA

Anhar, A., Hazlin, N. A. A., Simanjuntak, A., & Nurbidayah, D. 2024. Interaksi Media Sosial dan Minat Baca di Kalangan Gen Z. Indo-MathEdu Intellectuals Journal. 5(5):6241-6248.

Azizah, U. 2024. pengelolaan Media Sosial Instagram Pemerintah Kota Balikpapan dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi Kota Balikpapan. Jatinangor: Institut Pemerintahan Dalam Negeri.

Darmanita, ST. Z., & Yusri, M. (2020). Pengoperasian Penelitian Naratif dan Etnografi; Pengertian, Prinsip-Prinsip, Prosedur, Analisis, Interpretasi dan Pelaporan temuan. As-Shaff: Jurnal Manajemen Dan Dakwah, 1(1), 24–34.

Hayyu, T. C. N., & Pribadi, K. 2025. Analisis Media Sosial Instagram Diskominfo Jember dalam Menyampaikan Informasi Pada Masyarakat Jember. Jurnal Interelasi. 2(1):115-124.

Latifah, N., & Supena, A. 2021. Analisis Attention Siswa Sekolah Dasar dalam Pembelajaran Jarak Jauh di Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Basicedu. 5(3):1175-1182.
Saputro, A., Susana, Sidharta, V. 2023. Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas KPKNL Bekasi dalam Membangun Citra Institusi. Global Komunika. 6(2):64-72.
Supriyanto, D., Nuryanti, & Noegroho, A. 2024. Media Sosial dalam Efektivitas Komunikasi Pelayanan Publik Instansi Pemerintah Daerah. Innovative: Journal of Social Science Research. 4(4):7796-7810.
Warpindyastuti, L. D,. & Sulistyawati, M. E. S. 2018. Pemanfaatan Teknologi Internet Menggunakan Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi dan Promosi Pada MIN 18 Jakarta. Widya Cipta. 11(1):91-95.
Yuliani, W. (2018). Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif dalam Perspektif Bimbingan dan Konseling. Quanta, 2(2), 83-91.
Yusmanizar, Haning, T., Unde, A., & Yunus, M. 2020. Analisis Karakteristik Penggunaan Media Sosial Pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar. Jurnalisa. 6(2):200-215.