

Pemanfaatan Konten Instagram sebagai Media Informasi Masyarakat

Dhirga Gama*, Raditya Pratama

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*gamadhirgam@yahoo.com, radityapratamaputra15@gmail.com

Abstract. Social media functions as a need to obtain information for the community. One of the most widely used social media is Instagram. The uses and features available on Instagram make Instagram one of the platforms that is widely used by the public, to the point where government agencies utilize the capabilities of social media, especially Instagram, as a medium for disseminating information to the public, and one example is the Bandung City Agriculture and Food Security Service. Instagram was chosen as one of the social media that is actively used by the Bandung City Food Security and Agriculture Service with the account name @bdg.pangan. Instagram is used to utilize media to disseminate information to the public which is focused on animal health services. This research aims to determine the management of information content, content packaging and the style of messages conveyed regarding animal health services on social media and to find out how the Bandung City Food Security and Agriculture Service utilizes Instagram social media to disseminate information packaged through content and then managed with the aim of get high community engagement. The method used in this research is qualitative with a case study approach. The data collection techniques used were observation, interviews and documentation. The theory used in this research is The Circular Model Of Some according to Regina Luttrell. Based on the results of this research, the conclusions of this research show that social media, especially Instagram, is an effective tool for conveying information in the digital era. Good content management is very important to achieve the goal of effective information dissemination.

Keywords: *Social Media, Digital Communication, Service.*

Abstrak. Media sosial berfungsi sebagai kebutuhan untuk mendapatkan informasi bagi masyarakat. Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan adalah Instagram. Kegunaan dan fitur yang tersedia pada Instagram menjadikan Instagram salah satu platform yang banyak digunakan oleh masyarakat, hingga instansi pemerintahan memanfaatkan kemampuan media sosial khususnya Instagram sebagai media penyebaran informasi kepada publik, dan salah satu contohnya pada Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Bandung. Instagram dipilih menjadi salah satu media sosial yang aktif digunakan oleh Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Bandung dengan nama akun @bdg.pangan, Instagram tersebut digunakan dalam pemanfaatan media untuk penyebaran informasi kepada masyarakat yang difokuskan mengenai pelayanan kesehatan hewan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan konten informasi, pengemasan konten dan gaya pesan yang disampaikan mengenai pelayanan kesehatan hewan di media sosial serta mencari tahu bagaimana Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Bandung memanfaatkan media sosial Instagram sebagai penyebaran informasi yang dikemas melalui konten lalu dikelola dengan tujuan untuk mendapatkan engagement masyarakat yang tinggi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun penggunaan teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu The Circular Model Of Some menurut Regina Luttrell. Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial, terutama Instagram, adalah alat yang efektif untuk menyampaikan informasi di era digital. Pengelolaan konten yang baik sangat penting untuk mencapai tujuan penyebaran informasi yang efektif.

Kata Kunci: *Media Sosial, Komunikasi Digital, Pelayanan.*

A. Pendahuluan

Informasi secara umum sebagai alat untuk mengumpulkan dan menyusun sebuah informasi tersebut menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima. Melalui media informasi masyarakat dapat mengetahui hal-hal penting serta menjadi poin utama yang diperlukan oleh penerima. Sedangkan pengertian dari informasi dapat diartikan sebagai sekumpulan data yang telah disusun atau diorganisasi dengan baik dan telah memiliki kegunaan dan manfaat (Dharmalau, Nurlaela, & Hartono, 2020). Saat ini media informasi merupakan fungsi utama dalam mendapatkan informasi, karena informasi merupakan salah satu kebutuhan masyarakat. Informasi akan lebih mudah diterima oleh masyarakat apabila informasi tersebut merupakan suatu hal yang dibutuhkan oleh masyarakat, lalu informasi juga akan lebih dipahami jika dikemas dengan baik dan benar. Informasi bisa disebarluaskan menggunakan berbasis media, diantaranya surat kabar, radio, televisi, majalah, internet dan website, namun seiring perkembangan zaman yang lebih berkembang saat ini penyebarluasan media informasi sangat efektif menggunakan media digital.

Salah satu akibat dari perkembangan teknologi tersebut adalah sosial media yang pada saat ini menjadi komunikasi nomor satu pada saat ini, rata-rata manusia saat ini menjadikan media sosial sebagai sarana yang mudah di akses dan juga bersifat fleksibel dapat diakses sesuai dengan apa yang kita inginkan. Dalam buku sosial media (Nasrullah, 2017), Media sosial menjadi kebutuhan paling penting sebagai tempat interaksi sosial, tempat informasi serta untuk memperluas jaringan. Saat ini perkembangan zaman yang sudah melaju dengan pesat merubah penyebaran informasi yang lebih efektif dengan media digital.

Pada akun Instagram @bdg.pangan, konten mengenai program pelayanan kesehatan hewan banyak mendapatkan respon baik, serta antusiasme masyarakat atas program pelayanan kesehatan hewan tersebut. Dilihat dari jumlah viewers dan like pada konten yang dibagikan pada akun Instagram, maka peneliti melihat bahwa dalam pengelolaan media sosial pada akun Instagram Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian (DKPP) Kota Bandung ini sudah cukup baik. salah satu program yang dikelola dengan baik oleh Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian (DKPP) Kota Bandung adalah konten terkait informasi pelayanan kesehatan hewan, dengan mempromosikannya lebih luas di media sosial untuk mengajak lebih banyak lagi atensi masyarakat agar bergabung dan ikut serta dalam penanganan permasalahan over populasi hewan kucing, penyakit rabies serta kesehatan hewan melalui program pelayanan kesehatan hewan.

Respon positif masyarakat terhadap postingan pelayanan kesehatan hewan menunjukkan adanya partisipasi serta antusiasme masyarakat yang tinggi dalam upaya pencegahan penyakit dan perawatan hewan peliharaan. Diharapkan masyarakat dapat lebih memahami serta memperhatikan pentingnya peran aktif dalam menjaga kesehatan hewan kesayangan mereka dan ikut serta dalam program-program pelayanan kesehatan hewan yang diselenggarakan. Data yang terdapat pada akun Instagram @bdg.pangan menunjukkan bahwa interaksi audiens terhadap konten yang diunggah oleh DKPP terutama konten terkait informasi pelayanan Kesehatan hewan jauh lebih tinggi dengan adanya jumlah likes dan komentar yang signifikan. Ini menggambarkan bahwa masyarakat lebih responsif terhadap informasi pelayanan kesehatan hewan dibandingkan dengan konten sejenis yang berkaitan dengan pangan. Melalui peningkatan engagement ini, dapat disimpulkan bahwa Instagram @bdg.pangan memiliki peran yang penting dalam mendistribusikan informasi dan memenuhi kebutuhan informasi masyarakat Kota Bandung terkait program pelayanan Kesehatan hewan. Dengan fokus pada konten-konten tersebut, Dinas Ketahanan pangan dan Pertanian (DKPP) berhasil menciptakan respon positif yang diperoleh dari audiens.

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif dengan pendekatan Studi Kasus karena mempunyai keunikan dan ciri khas mengenai informasi mengenai pelayanan kesehatan hewan yang disampaikan melalui media sosial instagram. Dengan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pengelolaan Konten Informasi Media Sosial Instagram DKPP Kota Bandung Mengenai Pelayanan Kesehatan Hewan

Di era digital, media sosial menjadi sarana penting dalam penyebaran informasi. Menurut Cangara (2022), media sosial adalah teknologi berbasis internet yang memungkinkan komunikasi dalam bentuk teks, gambar, suara, dan video. Dalam penelitian ini, fokusnya adalah pengelolaan konten Instagram oleh DKPP Kota Bandung untuk menyebarkan informasi tentang pelayanan kesehatan hewan. Shaleh & Furrie (2020) menyatakan bahwa media informasi penting untuk memperkenalkan sesuatu kepada masyarakat luas. Pengelolaan media sosial memerlukan tahapan seperti mengkaji kegiatan, menargetkan audiens, dan membaca referensi (Nur Azizah & Sufyan Abdurrahman, 2022). DKPP Kota Bandung melakukan riset, pembuatan storyboard, dan pembuatan timeline yang disesuaikan dengan hari besar atau acara penting.

Awalnya, DKPP Kota Bandung menggunakan akun Instagram @bdg.pangan untuk mempublikasikan informasi tentang layanan kesehatan hewan, termasuk mekanisme pendaftaran di UPT Klinik Hewan. Pengelolaan media sosial ini memerlukan koordinasi yang baik antar stakeholder melalui jalur birokrasi DKPP Kota Bandung. Divisi IT menangani data dan informasi, sedangkan Media dan Humas mengembangkan media sosial sebagai wadah informasi. Selain itu, pengelolaan media sosial juga mencakup interaksi dan umpan balik dari masyarakat. Maharani & Djuwita (2020) menekankan pentingnya respon cepat dalam pengelolaan Instagram. Media dan Kehumasan DKPP Kota Bandung berusaha menanggapi komentar atau pertanyaan dengan cepat, meskipun terkadang terdapat miskomunikasi yang memerlukan klarifikasi lebih lanjut.

Pengemasan Konten oleh DKPP Kota Bandung sebagai Media Informasi Pelayanan Kesehatan Hewan di Instagram

Pada era digital saat ini, media sosial terkhusus pada konteks penelitian ini adalah Instagram telah menjadi alat komunikasi yang efektif dalam penyampaian informasi. Agar penyampaian informasi melalui media sosial dapat mencapai tujuan yang diharapkan, konten perlu dikemas dengan baik. Secara definisi konten adalah pokok, tipe atau unit dari informasi digital, dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan dan lain-lain. Dengan kata lain, konten adalah semua hal yang dapat dikelola dalam format elektronik (Mahmudah & Rahayu, 2020). Pengemasan konten yang baik di media sosial tidak hanya berkaitan dengan penyajian visual yang menarik, tetapi juga mencakup penyampaian informasi yang jelas dan mudah dipahami oleh publik.

Menurut Luttrell dalam (Alexander et al., 2022) Share, is the part where there are efforts in sharing or disseminating messages or information by a company, organization, or institution through the media, especially new media yang dapat diartikan bahwa share merupakan upaya untuk membagikan atau menyebarluaskan pesan atau informasi yang dilakukan oleh perusahaan, organisasi, atau Lembaga melalui media khususnya media baru. Dalam hal ini, DKPP Kota Bandung Menyusun konten dan publikasi dengan mengemas gambar yang dipublikasikan di feeds Instagram mengenai pelayanan kesehatan hewan. Contohnya yaitu konten mengenai sterilisasi kastrasi gratis, yang mencakup penyusunan timeline acara, serta pengumpulan dan pengolahan data kemudian dipublikasikan di akun Instagram @bdg.pangan.

Melalui pengemasan konten yang efektif, DKPP Kota Bandung menerapkan strategi khusus yang melibatkan pembentukan tim khusus yang terdiri dari Bidang IT dan ahli sosial media. Tim ini bertujuan memastikan bahwa konten yang disebarluaskan ke khalayak tidak hanya informatif tetapi juga mudah dipahami oleh masyarakat luas. Strategi ini mencakup berbagai jenis pengemasan konten, termasuk pemanfaatan fitur-fitur Instagram seperti instastory, feeds, dan live session. Konten yang dipublikasikan kepada khalayak juga dikemas dalam bentuk infografis dan video pendek untuk memastikan informasi disampaikan secara menarik dan mudah dipahami oleh audiens. Hal tersebut selaras dengan ungkapan dari (Muhammad Isla & Risti Puspita Sari Hunowu, 2022) bahwa sebuah infografi24s memberikan sebuah kemudahan bagi pembaca karena sebagian besar orang adalah pelajar visual, sehingga infografis menguntungkan organisasi untuk menyalurkan informasi dengan efektif

Melalui upaya yang dilakukan pihak dari DKPP Kota Bandung sudah cukup baik dalam mengemas informasi melalui konten pelayanan kesehatan hewan dengan pengemasannya yang tidak formal serta penggunaan infografis seperti poster dan video berdurasi pendek yang berisikan layanan kesehatan hewan dianggap efektif oleh salah satu followers dari akun @bdg.pangan dalam menyampaikan informasi. Selain berfungsi sebagai upaya persuasif untuk masyarakat, konten dari @bdg.pangan juga membantu dalam mengedukasi sehingga pengguna mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif.

Gaya Pesan Konten Media Sosial Instagram DKPP dalam Menyampaikan Informasi Mengenai Pelayanan Kesehatan Hewan

Penyampaian informasi yang efektif tidak terlepas dari gaya pesan yang digunakan dalam menyampaikan informasi tersebut. (Novendra & Ratnasari, 2024) menjelaskan bahwa gaya pesan merupakan sebuah cara individu untuk berkomunikasi secara verbal, yang di mana hal tersebut perlu dipilih sesuai dengan konteks dan tujuan dari komunikasi. Sebelum menentukan gaya pesan dari sebuah topik yang diangkat untuk publikasi konten sosial media perlu adanya penargetan audiens sebagaimana yang dilakukan oleh pihak dari DKPP Kota Bandung, secara demografis target audiens dari akun Instagram @bdg.pangan adalah individu berusia 24-34 tahun, yang termasuk dalam kategori generasi milenial dan generasi Z. Pemahaman ini menjadi acuan untuk menyesuaikan gaya bahasa dan pendekatan dalam setiap unggahan di Instagram, sehingga informasi yang disampaikan lebih relevan dan mudah diterima oleh kelompok usia tersebut. Penyesuaian ini memuat penggunaan bahasa yang familiar dan gaya komunikasi yang menarik bagi generasi ini, yang cenderung aktif di media sosial dan responsif terhadap konten yang interaktif dan informatif. Tujuan dari adanya penyesuaian ini diungkapkan oleh (Wijaya & Muktaruddin, 2024) yaitu mempermudah pemahaman pesan yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima, sehingga komunikasi menjadi lebih jelas. Tidak hanya dipengaruhi oleh kepribadian individu, gaya pesan juga dipengaruhi oleh situasi yang dihadapi dan tujuan dari informasi tersebut.

Selanjutnya setelah penentuan target audiens unggahan perlu diselaraskan dengan gaya komunikasi yang sesuai dengan target audiens untuk optimalisasi konten, sebagaimana yang dijelaskan oleh Luttrell dalam (Alexander et al., 2022) In the optimize stage, said that there are two things to be considered, namely listen and learn and take part in authentic communications. Listen and learn is the stage where the organization can see what the audience is talking about through social media yang dapat diartikan bahwa optimalisasi merupakan tahapan yang memerlukan perhatian khusus mengenai apa yang di dengar serta dipelajari audiens dalam komunikasi sehingga dalam tahap ini organisasi dapat melihat apa yang dibicarakan oleh audiens melalui media sosial. Seperti penggunaan bahasa informal dan interaktif, selain itu juga konten disajikan secara visual menarik dan singkat untuk memastikan pesan disampaikan dengan baik dan efisien. Hal tersebut diimplementasikan oleh pihak DKPP Kota Bandung, konten dibuat dengan cara yang mudah dimengerti serta berisi kalimat persuasif dalam konten layanan kesehatan hewan, yang di mana menurut (Anwar & et al, 2021) kalimat persuasif ini berfungsi sebagai kalimat yang bertujuan untuk membujuk atau mengajak seseorang untuk melakukan sesuatu. Selain itu juga penggunaan gaya pesan dari konten layanan kesehatan hewan ini berbeda dengan gaya pesan pada konten lainnya, yang di mana konten dari layanan kesehatan menyajikan konten kolaborasi dengan pihak eksternal agar dampak yang diciptakan semakin positif.

Alasan Program Pelayanan Kesehatan Hewan Menjadi Konten Utama pada Media Informasi Instagram @bdg.pangan

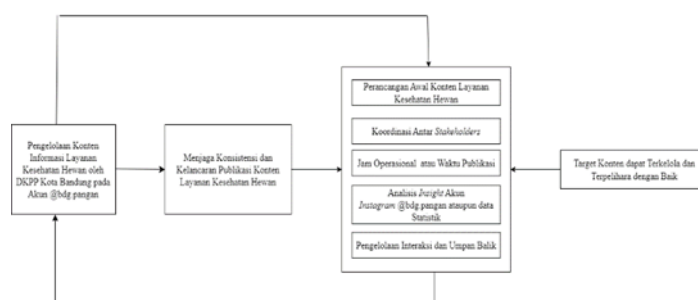
Program pelayanan kesehatan hewan dipilih sebagai konten utama di akun Instagram @bdg.pangan melalui berbagai hasil pertimbangan dan riset mendalam. Dalam membuat konten perlu memperhatikan aspek edukasi seperti yang dikatakan oleh (Khairunnisa & Triwardhani, 2023) bahwa selain memperhatikan tujuan organisasi, konten juga perlu mengedukasi masyarakat. Edukasi yang disampaikan tidak hanya mencakup pendidikan formal, tetapi juga pengetahuan umum lainnya yang dapat menambah pengetahuan serta wawasan masyarakat.

Selaras dengan upaya yang dilakukan oleh DKPP Kota Bandung, yaitu fokus pada pelayanan kesehatan hewan tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu-isu kesehatan hewan, melainkan untuk memenuhi kebutuhan informasi yang spesifik di kalangan pemilik hewan.

Upaya pembuatan konten mengenai program pelayanan kesehatan hewan ini dilandasi berbagai permasalahan seperti masyarakat terkhusus di Kota Bandung masih kurang menyadari akan pentingnya kesehatan hewan dan pengetahuan terhadap kesehatan hewan. Hal tersebut selaras dengan penelitian oleh (Pancar et al., 2023) mengenai kesehatan hewan khususnya terkait rabies yang menyatakan bahwa kesadaran pemilik hewan dalam menjaga kesehatan hewan peliharaan mereka masih perlu ditingkatkan, terutama dalam hal vaksinasi rabies. Selain itu juga terlihat dari data statistik atau insight akun Instagram @bdg.pangan terlihat bahwa konten mengenai layanan kesehatan hewan memiliki daya tarik yang cukup signifikan hal tersebut tercermin dari kenaikan jumlah followers dan tren positif dari konten tersebut. Dengan demikian, selain mengedukasi masyarakat, konten layanan kesehatan hewan ini juga mendapatkan respons yang baik, yang ditunjukkan oleh meningkatnya engagement rate. Hal ini terlihat dari peningkatan jumlah pengikut akun @bdg.pangan serta tren positif pada setiap konten yang membahas mengenai layanan kesehatan hewan.

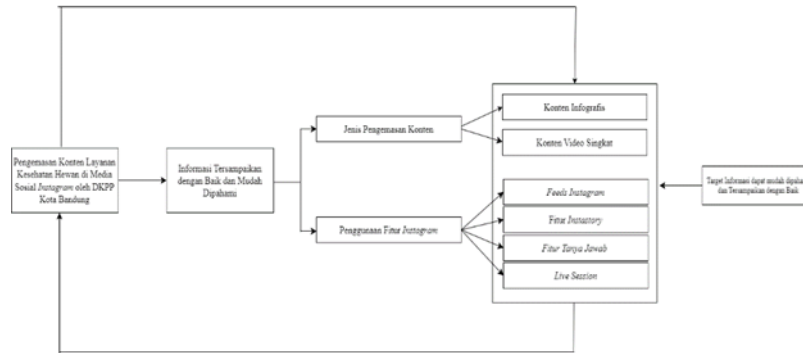
Dengan adanya konten tersebut masyarakat Kota Bandung memperoleh berbagai manfaat, seperti pengetahuan mengenai vaksinasi dan pencegahan penyakit, terdorong nya masyarakat menjadi lebih proaktif dalam mencari layanan kesehatan hewan yang disediakan dinas, dan yang terakhir konten tersebut memudahkan akses terhadap layanan kesehatan hewan yang disediakan oleh pihak DKPP Kota Bandung. Selain memberikan manfaat kepada masyarakat, konten layanan kesehatan juga bermanfaat bagi DKPP Kota Bandung karena dapat meningkatkan reputasi yang berfungsi sebagai branding yang baik bagi lembaga pemerintahan sebagaimana yang dijelaskan oleh (Damayanti et al., 2024) bahwa dengan adanya media sosial sebagai media penyampaian informasi lembaga negara dapat dikenal oleh khalayak luas baik organisasinya ataupun programnya. Oleh karena itu, pemilihan program pelayanan kesehatan hewan sebagai konten utama membantu untuk memperkuat citra instansi dan meningkatkan kesadaran masyarakat Kota Bandung terhadap isu kesehatan hewan.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial, terutama Instagram, adalah alat yang efektif untuk menyampaikan informasi di era digital. Pengelolaan konten yang baik sangat penting untuk mencapai tujuan penyebaran informasi yang efektif. Dalam konteks penelitian ini, DKPP Kota Bandung telah menggunakan Instagram untuk menyebarkan informasi tentang pelayanan kesehatan hewan.



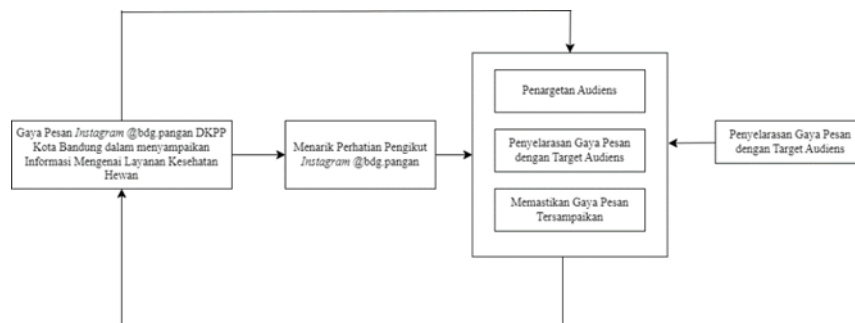
Gambar 1. Pengelolaan Konten Informasi Layanan Kesehatan Hewan

Dalam model tersebut menggambarkan pengelolaan konten informasi layanan kesehatan hewan oleh DKPP Kota Bandung pada Akun @bdg.pangan bertujuan untuk menjaga konsistensi dan kelancaran publikasi konten layanan kesehatan hewan melalui perancangan awal konten layanan kesehatan hewan meliputi riset mendalam, pembuatan storyboard, serta pembuatan timeline yang disesuaikan dengan hari-hari besar atau acara penting.



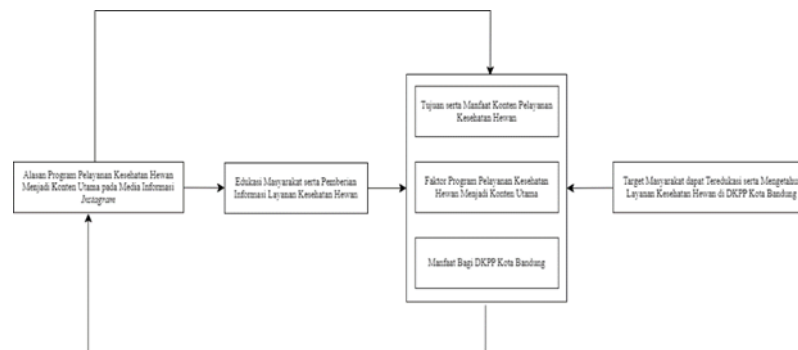
Gambar 2. Upaya Pengemasan Konten Layanan Kesehatan Hewan

Dalam model diatas tergambaran upaya pengemasan konten layanan kesehatan hewan di media sosial Instagram oleh DKPP Kota Bandung Bertujuan agar informasi dapat tersampaikan dengan baik dan mudah dipahami oleh khalayak melalui unggahan berupa konten infografis dan konten video singkat. Selain itu juga publikasi melalui pemanfaatan fitur Instagram yaitu feeds, instastory, fitur tanya jawab, dan live session. Dari upaya tersebut diharapkan informasi dapat dipahami dan tersampaikan dengan baik.



Gambar 3. Gaya Pesan Konten Instagram DKPP Kota Bandung

Dalam model diatas tergambaran gaya pesan konten Instagram DKPP Kota Bandung dalam menyampaikan informasi mengenai layanan kesehatan hewan yang bertujuan untuk menarik perhatian pengikut Instagram @bdg.pangan, melalui tahapan penargetan audiens dengan menganalisis perilaku serta demografis dari target audiens, yang selanjutnya penyesuaian gaya pesan dengan target audiens yang telah ditetapkan , terakhir upaya yang dilakukan adalah memastikan gaya pesan dapat tersampaikan dengan baik.



Gambar 4. Alasan Program Pelayanan Kesehatan Hewan

Dari model diatas terlihat bahwa alasan program pelayanan kesehatan hewan menjadi konten utama pada media informasi Instagram untuk mengedukasi masyarakat serta pemberian informasi layanan kesehatan hewan dilihat dari tujuan serta manfaat konten pelayanan kesehatan

hewan, dan dilihat melalui faktor apa saja yang menjadikan program pelayanan kesehatan hewan menjadi konten utama, serta manfaat yang didapatkan bagi pihak DKPP Kota Bandung. Sehingga terdapat target masyarakat tereduksi serta mengetahui layanan kesehatan hewan di DKPP Kota Bandung.

D. Kesimpulan

Kesimpulan Penelitian Pemanfaatan Instagram oleh DKPP Kota Bandung Penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram adalah alat efektif untuk menyampaikan informasi di era digital, terutama dalam konteks pelayanan kesehatan hewan oleh DKPP Kota Bandung. Kesimpulan penelitian mencakup empat poin utama yaitu Efektivitas Media Sosial, Strategi Pengemasan Konten, Gaya Pesan yang Sesuai, dan Pendidikan dan Kesadaran Masyarakat. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan pentingnya pengelolaan konten yang baik di media sosial untuk mencapai tujuan penyebaran informasi yang efektif.

Daftar Pustaka

- [1] Dharmalau, A., Nurlaela, L., & Hartono, M. (2020). Perancangan Sistem Informasi Paguyuban Alumni STMIK Swadharma Berbasis Web. *Syntax Idea*, 33.
- [2] Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial (perspektif komunikasi, budaya dan sosioteknologi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [3] T. K. Tanditha, A. Sani, and H. Hafiar, "Destination Branding Desa Wisata Alamendah Melalui Media Sosial Instagram A R T I C L E I N F O," *Jurnal Riset Public Relations*, vol. 4, no. 1, pp. 7–14, 2024, doi: 10.29313/jrpr.v4i1.3679.
- [4] D. A. Ghifari and Zulfebriges, "Pemanfaatan Konten Kuliner sebagai Promosi UMKM pada Platform Media Informasi," *Jurnal Riset Public Relations*, pp. 133–140, Dec. 2023, doi: 10.29313/jrpr.v3i2.3127.
- [5] F. E. Nur and N. Yulianti, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Konstruksi Kesan Positif tentang Protokol Unisba," *Jurnal Riset Public Relations*, pp. 95–100, Dec. 2023, doi: 10.29313/jrpr.v3i2.3015.