

## Hubungan Media Sosial dengan *Community Engagement* Anggota Komunitas Sobat Sabtu

Nabilah Nur Lathifah\*, Oji Kurniadi

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

\*nabilah.nur.lathifah@gmail.com, oji.kurniadi@unisba.ac.id

**Abstract.** One form of communication information technology that is increasingly used is social media Instagram. With the massive number of social media users, it has led to the formation of many sports communities one of which is a running community. The researchers found that the percentage of community members who regularly follow Sobat Sabtu Community activities averaged only 4% of the total membership of 684 people. Therefore, it is important to understand how social media can be used to enhance engagement in the Sobat Sabtu community. This study uses the Participatory Communication Theory Culture Concept theory assumes that the involvement of social media users to express information, create creations and social contributions is consistent with the purpose of the study, namely to know the relationship between social media and community engagement of Members of the Sobat Sabtu Community. By using a quantitative research method with a Correlational approach that connects two variables. The population in this study was an active members of the Sobat Sabtu Community using total sampling, with data collection techniques through observational methods, and questionnaires or lifts. There is a conclusion that there is a significant link between social media and community engagement of members of the Sobat Sabtu community. Social media Instagram has great potential to enhance community engagement in the Members of the Sobat Sabtu Community. By leveraging two-way communication, accessibility, engaging content, and online activity, Members of the Sobat Sabtu Community can encourage active participation and strengthen a sense of solidarity among its members. Through an effective social media strategy, Sobat Sabtu Community can build a stronger, more engaged, and more dynamic community.

**Keywords:** *Social Media, Community Engagement, Sobat Sabtu Community.*

**Abstrak.** Suatu bentuk teknologi informasi komunikasi yang semakin banyak penggunaannya yaitu media sosial Instagram. Dengan jumlah pengguna media sosial yang masif, menimbulkan terbentuknya banyak komunitas olahraga salah satunya komunitas lari. Komunitas lari banyak memanfaatkan perkembangan teknologi salah satunya adalah Komunitas Sobat Sabtu. Peneliti melihat bahwa persentase anggota komunitas yang rutin mengikuti kegiatan Komunitas Sobat Sabtu rata-rata hanya 4% dari total anggota yaitu sebanyak 684 orang. Persentase ini menunjukkan rendahnya community engagement di Komunitas Sobat Sabtu. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana media sosial dapat digunakan untuk meningkatkan engagement di komunitas Sobat Sabtu. Penelitian ini menggunakan Teori Komunikasi Participatory Culture Concept teori ini mengasumsikan bahwa keterlibatan pengguna media sosial untuk mengepresikan informasi, menciptakan kreasi dan kontribusi sosial hal ini sesuai dengan tujuan dari penelitian yaitu mengetahui hubungan media sosial dengan community engagement Anggota Komunitas Sobat Sabtu. Dengan menggunakan metode penelitian Kuantitatif dengan pendekatan Korelasional yang menghubungkan dua variabel. Populasi pada penelitian ini adalah anggota aktif Komunitas Sobat Sabtu menggunakan total sampling, dengan teknik pengumpulan data melalui metode observasi, dan kuesioner atau angket. Terdapat kesimpulan yaitu terdapat hubungan yang signifikan antara Media Sosial dengan Community Engagement Anggota Komunitas Sobat Sabtu. Media sosial Instagram memiliki potensi besar untuk meningkatkan community engagement di komunitas Sobat Sabtu. Dengan memanfaatkan komunikasi dua arah, aksesibilitas, konten yang menarik, dan aktivitas online, Sobat Sabtu dapat mendorong partisipasi aktif dan memperkuat rasa kebersamaan di antara anggotanya. Melalui strategi media sosial yang efektif, Sobat Sabtu dapat membangun komunitas yang lebih kuat, lebih terlibat, dan lebih dinamis.

**Kata Kunci:** *Media Sosial, Community Engagement, Komunitas Sobat Sabtu.*

## A. Pendahuluan

Menghadapi paska wabah pandemi Covid-19, World Health Organization (WHO) menyarankan untuk menjalani hidup sehat. Kehidupan masyarakat dan tatanan kota di dunia mengalami perubahan setelah wabah Covid-19, salah satu perubahan yang signifikan yaitu pola hidup sehat. Terlebih jika berkaca pada fenomena Covid-19, risiko tertular sangatlah tinggi jika kesehatan atau imunitas rendah. Kesehatan adalah kondisi yang terus berubah dan seimbang, dipengaruhi oleh faktor genetik, lingkungan, serta pola hidup sehari-hari seperti pola makan, minum, aktivitas seksual, pekerjaan, istirahat dan juga pengelolaan emosi dalam kehidupan sehari-hari (Pane, 2015). Biaya kesehatan yang tinggi mendorong masyarakat melakukan alternatif lain dalam menjaga kesehatannya, salah satunya dengan melakukan aktivitas fisik yaitu berolahraga. Diantara beberapa bentuk olahraga, lari menjadi salah satu jenis olahraga yang cukup banyak dilakukan.

Gaya hidup sehat juga diamplifikasi oleh kehadiran media sosial. Fenomena penggunaan media sosial sebagai sarana edukasi kesehatan dikalangan masyarakat tak lepas dari informasi yang disebarluaskan pada platform tersebut mengenai kesehatan. Setiap individu dapat mengakses media sosial dengan sangat mudah dimanapun dan kapanpun. Seiring dengan perkembangan teknologi dan penetrasi internet yang semakin luas media sosial telah muncul sebagai salah satu saluran komunikasi utama. Dalam konteks komunikasi, media sosial menawarkan cara yang efisien untuk menyebarkan informasi.

Dengan jumlah pengguna media sosial yang masif, menimbulkan terbentuknya banyak komunitas olahraga salah satunya komunitas lari. Komunitas lari banyak memanfaatkan perkembangan teknologi salah satunya adalah Komunitas Sobot Sabtu. Komunitas Sobot Sabtu memanfaatkan media sosial untuk membuat trend lari saat ini digemari masyarakat. Komunitas Sobot Sabtu mendokumentasikan kegiatan mereka sehingga berhasil menarik masyarakat Bandung untuk mengikuti kegiatan Komunitas Sobot Sabtu. Sobot Sabtu adalah sebuah komunitas yang berfokus pada berbagai aktivitas sosial, edukatif, dan rekreatif yang berlangsung setiap hari Sabtu. Memiliki jargon “Untalented Runners” dan “Kamera Kami Angkat Disitu Kami Lumpat” dengan makna siapapun dapat mengikuti kegiatan lari Komunitas Sobot Sabtu yang dibalut dengan menyenangkan sehingga anggota komunitas dapat turut berpartisipasi berolahraga dan membuat konten disaat yang bersamaan.

Sobot Sabtu adalah komunitas yang terdiri dari banyak anggota, namun hanya Sebagian kecil yang aktif berpartisipasi dalam kegiatan yang diadakan. Untuk meningkatkan partisipasi dan keterlibatan anggota, penting bagi Komunitas Sobot Sabtu untuk merancang strategi media sosial yang efektif. Media sosial adalah alat yang ampuh untuk membangun komunitas, berinteraksi dengan anggota dan memfasilitasi partisipasi aktif. Dengan strategi yang tepat, Komunitas Sobot Sabtu dapat meningkatkan *community engagement* dan memperkuat komunitasnya.

Dengan hadirnya Komunitas Sobot Sabtu masyarakat mempunyai isu bersama mengenai gaya hidup sehat dan berolahraga bersama. Hal ini sesuai dengan penelitian Lommerse (2011) dimana masyarakat bekerjasama untuk mencapai kehidupan yang lebih baik. Untuk meningkatkan partisipasi dan keterlibatan anggota, penting bagi Komunitas Sobot Sabtu untuk merancang strategi media sosial yang efektif. Media sosial merupakan alat yang ampuh untuk membangun hubungan dengan komunitas, membangun kepercayaan dan membangun isu bersama dan aksi kolektif. Dengan strategi yang tepat, Komunitas Sobot Sabtu dapat meningkatkan *community engagement* dan memperkuat komunitasnya. Peneliti melihat bahwa persentase anggota komunitas yang rutin mengikuti kegiatan Komunitas Sobot Sabtu rata-rata hanya 4% dari total anggota yaitu sebanyak 684 orang. Persentase ini menunjukkan rendahnya *community engagement* di Komunitas Sobot Sabtu. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana media sosial dapat digunakan untuk meningkatkan *engagement* di komunitas Sobot Sabtu.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “apakah terdapat Hubungan Media Sosial dengan *Community Engagement* Anggota Komunitas Sobot Sabtu?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui hubungan antara membagikan (share) konten pada penggunaan Instagram @SobatSabtu dengan membangun hubungan anggota Komunitas Sobat Sabtu.
2. Untuk mengetahui hubungan antara membagikan (share) konten pada penggunaan Instagram @SobatSabtu dengan membangun kepercayaan anggota Komunitas Sobat Sabtu.
3. Untuk mengetahui hubungan antara membagikan (share) konten pada penggunaan Instagram @SobatSabtu dengan membangun isu bersama dan aksi kolektif anggota Komunitas Sobat Sabtu.
4. Untuk mengetahui hubungan antara mengoptimalkan (optimize) pada penggunaan Instagram @SobatSabtu dengan membangun hubungan anggota Komunitas Sobat Sabtu.
5. Untuk mengetahui hubungan antara mengoptimalkan (optimize) pada penggunaan Instagram @SobatSabtu dengan membangun kepercayaan anggota Komunitas Sobat Sabtu.
6. Untuk mengetahui hubungan antara mengoptimalkan (optimize) pada penggunaan Instagram @SobatSabtu dengan membangun isu bersama dan aksi kolektif anggota Komunitas Sobat Sabtu.
7. Untuk mengetahui hubungan antara mengelola (manage) media sosial Instagram @SobatSabtu dengan membangun hubungan anggota Komunitas Sobat Sabtu.
8. Untuk mengetahui hubungan antara mengelola (manage) media sosial Instagram @SobatSabtu dengan membangun kepercayaan anggota Komunitas Sobat Sabtu.
9. Untuk mengetahui hubungan antara mengelola (manage) media sosial Instagram @SobatSabtu dengan membangun isu bersama dan aksi kolektif anggota Komunitas Sobat Sabtu.
10. Untuk mengetahui hubungan antara melibatkan (engage) pada penggunaan Instagram @SobatSabtu dengan membangun hubungan anggota Komunitas Sobat Sabtu.
11. Untuk mengetahui hubungan antara melibatkan (engage) pada penggunaan Instagram @SobatSabtu dengan membangun kepercayaan anggota Komunitas Sobat Sabtu.
12. Untuk mengetahui hubungan antara melibatkan (engage) pada penggunaan Instagram @SobatSabtu dengan membangun isu bersama dan aksi kolektif anggota Komunitas Sobat Sabtu.

## **B. Metodologi Penelitian**

Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan pendekatan korelasional. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah anggota Komunitas Sobat Sabtu yang berjumlah 684 orang periode Desember 2023.

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini adalah total sampling sehingga diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 44 orang anggota aktif Komunitas Sobat Sabtu. Teknik pengumpulan data yang digunakan penelitian ini adalah observasi dan kuesioner. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif dan teknik analisis data inferensial.

## **C. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **Hubungan Media Sosial (X) dengan *Community Engagement* (Y) Anggota Komunitas Sobat Sabtu**

Berikut adalah penelitian mengenai hubungan media sosial dengan *community engagement* anggota Komunitas Sobat Sabtu, yang diuji menggunakan analisis korelasi Rank Spearman. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel sebagai berikut.

**Tabel 1.** Hubungan Media Sosial (X) dengan *Community Engagement* (Y)

| Variabel | $r_s$ | $t_{hitung}$ | $T_{tabel}$ | Keputusan   | Derajat Keeratan | Koefisien Determinasi |
|----------|-------|--------------|-------------|-------------|------------------|-----------------------|
| X dan Y  | 0,824 | 2,648        | 2.015       | H1 diterima | Kuat             | 67,2 %                |

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2024.

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa besarnya hubungan antara media sosial dengan *community engagement* adalah 0.824. Hubungan ini termasuk kategori kuat. Hasil pengujian dengan statistik didapatkan nilai  $t_{hitung}$  (2.684) >  $t_{tabel}$  (2.015). Hal tersebut menyatakan  $H_1$  diterima atau penolakan  $H_0$ . Artinya semakin tinggi publikasi yang di bagikan di media sosial, semakin tinggi juga *Community Engagement* (keterlibatan masyarakat). Koefisiensi determinasi yang di dapatkan perhitungan adalah 67.2% Hal ini memberikan pengertian bahwa dipengaruhi oleh variabel Media Sosial sebesar 67.2%, sedangkan sisanya 32.8%, merupakan kontribusi variabel lainnya.

Media Sosial dalam penelitian ini meliputi membagikan (share), mengoptimalkan (optimize), mengelola (manage), melibatkan (engage). Sedangkan *Community Engagement* meliputi bahwa membangun hubungan, membangun kepercayaan, membangun isu bersama dan aksi kolektif.

Hasil penelitian ini terlihat bahwa terdapat hubungan antara Media Sosial dengan *Community Engagement*. Dalam dimensi membagikan (share), Komunitas Sobat Sabtu berupaya memberikan konten-konten yang positif dan diperlukan oleh anggotanya. Hal ini selaras dengan Luttrell (2019) yang mengungkapkan bahwa sebuah komunitas harus fokus akan kepentingan audiens dan apa yang sedang diperhatikan oleh audiensnya. Memberikan dan menyajikan informasi dari waktu ke waktu dengan anggota adalah bagaimana hubungan yang bermakna dibangun, kepercayaan yang diperoleh, serta terlibatnya anggota dalam komunitas.

Pada dimensi optimize, komunitas harus mampu mengoptimalkan sosial media yang dimiliki melalui penyampaian pesan dan konten yang efektif (Luttrell, 2019). Komunitas Sobat Sabtu telah mendengarkan, memperhatikan dan ikut serta dalam percakapan yang terjadi di akun instagram @sobatsabtu. Komunitas Sobat Sabtu telah melakukan upaya dengan memberikan tagar sendiri untuk memposting konten-konten yang disebar. Hal ini telah sesuai dengan Luttrell (2019) dimana perlunya dukungan teknologi untuk menggunakan social listening tools tertentu, seperti social mention dan sport social untuk optimalisasi konten. Selain itu, Komunitas Sobat Sabtu juga memanfaatkan fitur posting ulang untuk membagikan konten dari para anggota komunitas yang menyebutkan akun instgaram @sobatsabtu. Hal ini selaras dengan yang disampaikan oleh Luttrell (2019) bahwa berkontribusi pada suatu percakapan adalah tentang bagaimana komunitas menjadi bagian dari audiensnya.

Pada dimensi Manage Komunitas Sobat Sabtu telah melakukan respon cepat dengan membalas komentar atau feedback dari pengikut. Luttrell (2019) menjelaskan bahwa dalam menggunakan media sosial, percakapan terjadi dengan begitu cepat sehingga audiens mengharapkan adanya respon yang cepat dan praktis. Respon cepat yang dilakukan komunitas adalah dengan interaksi real time. Komunitas melalui akun Instagram melakukan interaksi real time dengan audiens atau anggota pada media sosial Instagram seperti membagikan kegiatan yang sedang dilakukan.

Pada dimensi Engage, Komunitas Sobat Sabtu cukup sering melibatkan anggotanya untuk berkolaborasi dalam berbagai kegiatan atau program. Selaras dengan pendapat Luttrell (2019) bahwa dalam membentuk sebuah acara perlu mempertimbangkan hal yang berkaitan dengan anggota dan komunitas itu sendiri. Dalam dimensi Engage, komunitas harus dapat mengetahui seperti apa anggota atau audiensnya dan bagaimana cara untuk meraih audiens dan membangun relasi. Komunitas Sobat Sabtu harus memiliki target audiens atau anggota. Penentuan target audiens atau anggota merupakan proses yang perlu diperhatikan untuk keberlanjutan pengelolaan media sosial agar lebih maksimal. Pembentukan konten yang sesuai dengan target anggota dilakukan dengan meninjau konten yang banyak disukai.

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan yang positif antara membagikan (share) konten pada penggunaan Instagram @SobatSabtu dengan membangun hubungan anggota Komunitas Sobat Sabtu. Hal ini berarti bahwa komunitas Sobat Sabtu menggunakan media sosial Instagram sebagai sarana komunikasi kepada anggotanya sehingga komunikasi dapat berjalan efektif dan efisien. Komunitas Sobat Sabtu berusaha untuk terhubung dengan anggotanya melalui media sosial Instagram. Dalam upaya membangun hubungan dengan anggota komunitas, kegiatan dengan membagikan melalui gambar ataupun video yang menarik, hal tersebut berdampak pada hubungan yang intensif dengan anggotanya dengan memberikan kesempatan untuk menghubungkan, membangun kepercayaan, mengidentifikasi saluran yang memungkinkan interaksi yang tepat.
2. Terdapat hubungan yang positif antara membagikan (share) konten pada penggunaan Instagram @SobatSabtu dengan membangun kepercayaan anggota Komunitas Sobat Sabtu. Hal ini berarti bahwa Komunitas Sobat Sabtu membuat akun Instagramnya menjadi layaknya seorang sahabat bagi anggotanya dengan memaksimalkan komunikasi dua arah yang tidak hanya memberikan informasi berupa pernyataan tetapi juga pertanyaan pada kontennya.
3. Terdapat hubungan yang positif antara membagikan (share) konten pada penggunaan Instagram @SobatSabtu dengan membangun isu bersama dan aksi kolektif anggota Komunitas Sobat Sabtu. Hal ini berarti bahwa Komunitas Sobat Sabtu mengadakan kegiatan-kegiatan yang dibagikan melalui akun instagram @sobatsabtu, serta membagikan informasi-informasi yang menarik dan informatif utamanya tentang kesehatan. Hal ini berdampak pada meningkatkan kepedulian para anggota akan kesehatan dirinya, serta menumbuhkan kepuasan akan informasi dan pengetahuan yang diperoleh dari konten yang dibagikan komunitas melalui instagram @sobatsabtu.
4. Terdapat hubungan yang positif antara mengoptimalkan (optimize) pada penggunaan Instagram @SobatSabtu dengan membangun hubungan anggota Komunitas Sobat Sabtu. Hal ini berarti bahwa Komunitas Sobat Sabtu melibatkan dirinya dengan anggota komunitas pada sebuah percakapan, serta mengamati, mendengar dan menelaah perbincangan khalayak suatu topik di media sosial.
5. Terdapat hubungan yang positif antara mengoptimalkan (optimize) pada penggunaan Instagram @SobatSabtu dengan membangun kepercayaan anggota Komunitas Sobat Sabtu. Hal ini berarti bahwa anggota Komunitas Sobat Sabtu saling berbagi informasi dan pengetahuan, serta menimbulkan rasa saling menghargai dan menghormati diantara anggota yang lain.
6. Terdapat hubungan yang positif antara mengoptimalkan (optimize) pada penggunaan Instagram @SobatSabtu dengan membangun isu bersama dan aksi kolektif anggota Komunitas Sobat Sabtu. Hal ini berarti bahwa adanya percakapan antara komunitas dengan anggota serta diantara anggota berdampak pada seringnya diskusi mengenai kesehatan dengan komunitas. Selain itu, komunitas dengan anggota mampu menciptakan kegiatan lari yang dibalut dengan menyenangkan, anggota komunitas juga dapat turut berpartisipasi berolahraga dan membuat konten disaat yang bersamaan.
7. Terdapat hubungan yang positif antara mengelola (manage) media sosial Instagram @SobatSabtu dengan membangun hubungan anggota Komunitas Sobat Sabtu. Hal ini berarti bahwa Komunitas Sobat Sabtu selalu melihat dan merepost hasil konten para anggota secara real time, memberikan respon secara cepat dalam melayani percakapan yang harus ditanggapi secara langsung melalui direct message di Instagram @sobatsabtu, serta melakukan interaksi secara real time dengan audiens atau anggota pada media sosial Instagram seperti membagikan kegiatan yang sedang dilakukan.
8. Terdapat hubungan yang positif antara mengelola (manage) media sosial Instagram @SobatSabtu dengan membangun kepercayaan anggota Komunitas Sobat Sabtu. Hal ini berarti bahwa komunitas telah membangun hubungan yang intensif dengan terlibat

dalam aktivitas komunitas sehingga mampu mempengaruhi kepercayaan diantara komunitas dan anggota. Dengan adanya pengelolaan pembagian kegiatan konten para anggota dan memberikan pesan bahwa berlari bersama selain membuat badan kita sehat namun juga menambah relasi dan taglan yang mereka punya yaitu “Untalented Runners” dan “Kamera Kami Angkat Disitu Kami Lumpat” dengan makna siapapun dapat mengikuti kegiatan lari Komunitas Sobat Sabtu yang dibalut dengan menyenangkan sehingga anggota komunitas dapat turut berpartisipasi berolahraga dan membuat konten disaat yang bersamaan.

9. Terdapat hubungan yang positif antara mengelola (manage) media sosial Instagram @SobatSabtu dengan membangun isu bersama dan aksi kolektif anggota Komunitas Sobat Sabtu. Hal ini berarti bahwa dengan pengelolaan membagikan konten dapat menumbuhkan aksi pada anggota untuk selalu bergabung dengan olahraga lari yang diselenggarakan oleh Komunitas Sobat Sabtu.
10. Terdapat hubungan yang positif antara melibatkan (engage) pada penggunaan Instagram @SobatSabtu dengan membangun hubungan anggota Komunitas Sobat Sabtu. Hal ini berarti bahwa Komunitas Sobat Sabtu menjalin relasi dengan memanfaatkan media sosial untuk registrasi atau pendaftaran sebelum berkegiatan melalui Instagram @sobatsabtu. Dengan adanya proses rekrutmen anggota secara terbuka melalui Instagram dapat melibatkan anggota dan komunitas menjadi lebih luas.
11. Terdapat hubungan yang positif antara melibatkan (engage) pada penggunaan Instagram @SobatSabtu dengan dengan membangun kepercayaan anggota Komunitas Sobat Sabtu. Hal ini berarti bahwa anggota komunitas dilibatkan dalam berbagai keputusan tanpa memandang usia, jenis kelamin, ras etnis atau latar belakang. Hal ini mendorong rasa kepercayaan diantara anggota dan komunitas.
12. Terdapat hubungan yang positif antara melibatkan (engage) pada penggunaan Instagram @SobatSabtu dengan membangun isu bersama dan aksi kolektif anggota Komunitas Sobat Sabtu. Hal ini berarti bahwa dengan adanya sikap saling menerima dan menghargai satu sama lain, sehingga kegiatan-kegiatan dapat berjalan dengan baik dan optimal.

### Acknowledge

Puji serta Syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, petunjuk dan pertolongan-Nya. Karena-Nya peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Hubungan Media Sosial dengan *Community Engagement* Anggota Komunitas Sobat Sabtu (Studi Korelasional Instagram sebagai Media Publikasi dengan *Community Engagement* Anggota Komunitas Sobat Sabtu)”. Dalam kesempatan ini izinkan peneliti ucapkan banyak terima kasih kepada orang-orang yang ikutt terlibat dalam penulisan skripsi ini, terutama kepada kedua orang tua saya, kepada pembimbing saya, kepada Komunitas Sobat Sabtu dan kepada seluruh teman-teman saya.

### Daftar Pustaka

- [1] Pane, B. (2015). *Peranan Olahraga Dalam Meningkatkan Kesehatan*. 1–4
- [2] Salahudin, S., & Rusdin, R. (2020). Olahraga Meneurut Pandangan Agama Islam. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 4(3), 457–464. <https://doi.org/10.58258/jisip.v4i3.1236>
- [3] Komunitas, P., & Partisipasi, P. (2017). Tahap Pertama : Pelibatan Komunitas (*Community Engagement*). December. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.26328.34567>
- [4] Abdillah, L. A. (2022). *Peranan Media Sosial Modern*. [www.bening-mediapublishing.com](http://www.bening-mediapublishing.com)
- [5] Agnes, Z, Y. (2023). *Indonesia Jadi Negara Keempat Pengguna Instagram Terlama di Dunia*. <https://goodstats.id/article/indonesia-jadi-negara-keempat-pengguna-instagram-terlama-di-dunia-AG3iS#:~:text=Di Indonesia sendiri%2C terdapat 89,%2C Amerika Serikat%2C dan Brasil.>

- [6] Dinas Komunikasi Informatika, S. dan P. K. P. (2022). *Definisi Sehat Menurut "World Health Organization" (WHO)*.
- [7] Henry, J. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture* (R. j. A. Purusthotma Ravi, Weigel Margaret, Clinton Katie (ed.); Media Educ).
- [8] Irawati, D., Fatah Natsir, N., Haryanti, E., & Islam, E. (2021). Positivisme, Pospositivisme, Teori Kritis, dan Konstruktivisme dalam Perspektif "Epistemologi Islam" Kata kunci. In *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* (Vol. 4). <http://jiip.stkipyapisdmpu.ac.id>
- [9] N. Z. Darajat and N. Yulianti, "Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Gerakan Aksi Kemanusiaan dan Pendidikan," *Jurnal Riset Public Relations*, vol. 4, no. 1, pp. 65–70, 2024, doi: 10.29313/jrpr.v4i1.3898.
- [10] A. Iskandar, M. Ryanto, and T. Patrianti, "Strategi Digital Public Relations PT MAP Boga dalam Industri FnB," *Jurnal Riset Public Relations*, vol. 4, no. 1, pp. 1–6, 2024, doi: 10.29313/jrpr.v4i1.3302.
- [11] R. A. Putra and Doddy Iskandar, "Strategi Komunikasi Pemasaran PT. JX di Media Sosial," *Jurnal Riset Public Relations*, pp. 141–148, Dec. 2023, doi: 10.29313/jrpr.v3i2.3128.