

Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat

Risma Khotimah*, Erik Setiawan

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

*rismakhotim@gmail.com, erik.setiawan82@gmail.com

Abstract. Globalization changes all forms of communication into online media, this is also felt by public relations practitioners. Where public relations practitioners must start using social media in their public relations activities. This study will discuss the management of Instagram social media from the Public Relations of the West Java Provincial Education Office. Descriptive study is used as a method in this research, interview technique is used as the main source in obtaining data which is then supported by other data such as data from observations and documentation. The Hadil obtained in this study is that the Public Relations of the West Java Provincial Education Office has carried out Instagram social media management activities as a communication medium through social media in accordance with the Luttrell concept which explains 4 points including Share, Optimize, Manage, and Engage. However, there are still some things that need to be optimized again, such as in quick response activities, the admin must be able to respond quickly to the audience so that there is no negative reaction from the public.

Keywords: Social Media Management, The Circular Model Of SoMe, Qualitative Descriptive Research

Abstrak. Globalisasi mengubah segala bentuk komunikasi menjadi media online, hal ini juga dirasakan oleh para praktisi humas. Dimana praktisi humas harus mulai menggunakan media sosial dalam kegiatan kehumasannya. Penelitian ini akan membahas tentang pengelolaan media sosial Instagram dari Humas Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat. Studi deskriptif digunakan sebagai metode dalam penelitian ini, teknik wawancara digunakan sebagai sumber utama dalam memperoleh data yang kemudian didukung oleh data lain seperti data hasil observasi dan dokumentasi. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah Humas Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat telah melakukan kegiatan pengelolaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi melalui media sosial sesuai dengan konsep Luttrell yang menjelaskan 4 poin diantaranya *Share, Optimize, Manage*, dan *Terlibat*. Namun masih ada beberapa hal yang perlu dioptimalkan lagi, seperti dalam kegiatan *quick response*, admin harus bisa merespon dengan cepat kepada audiensnya agar tidak terjadi reaksi negatif dari masyarakat.

Kata Kunci: Pengelolaan Media Sosial, The Circular Model Of SoMe, Penelitian Deskriptif Kualitatif

A. Pendahuluan

Teknologi memainkan peran penting dalam proses dan praktik komunikasi saat ini. Perannya semakin menonjol dalam masyarakat industri yang bertransformasi menjadi masyarakat informasi. Pada tahap ini, penggunaan internet menjadi bagian yang tidak terpisahkan. media internet dapat digunakan untuk berbagai bentuk komunikasi secara cepat dan murah. Hal tersebut makin dipermudah lagi ketika munculnya platform media sosial sebagai alat bantu masyarakat dalam aktivitas komunikasi.

Media sosial merupakan sarana penyampaian informasi yang efektif dan efisien kepada pihak lain. Media sosial merupakan media komunikasi dua arah tanpa jarak antara organisasi dengan orang-orangnya, dan dapat membangun hubungan berkualitas yang merupakan interaksi jangka panjang bagi organisasi (yulianita., at.al.) Sekarang ini khalayak secara teratur mendapatkan informasi penting secara langsung dari organisasi melalui media sosial.

Sekarang ini khalayak secara teratur mendapatkan informasi penting secara langsung dari organisasi melalui media sosial. hal ini juga tentunya dirasakan oleh humas Dinas Pendidikan provinsi Jawa Barat sebagai salah satu lembaga pemerintahan untuk mulai melakukan kegiatan manajemen kehumasannya dengan media jejaring sosial agar tercipta pelayanan publik yang lebih baik. Pengadopsian media sosial oleh praktisi humas dilakukan sebagai bentuk implementasi dari Peraturan Pemerintahan RI yang dikeluarkan pada tahun 2012 Nomor 82 dimana segala penyelenggaraan sistem dan transaksi harus mulai dilakukan secara elektronik. Selain itu, ruang lingkup yang dapat diciptakan humas melalui media sosial sangatlah luas. Namun di luar itu, kehadiran media sosial menjadi tantangan besar bagi para pemangku kepentingan tersebut. Dalam mengadopsi media sosial, para profesional humas harus memahami teknologi agar pesan yang disampaikan relevan dengan tujuan instansi.

Instagram dikenal dengan media jejaring sosial visual yang memperbolehkan usernya untuk memposting foto dan video mereka yang nantinya dapat dilihat oleh individu lain. Di Indonesia sendiri media sosial instagram telah memiliki pemintanya sendiri. Sesuai data yang dipublikasi oleh lembaga survei NapoleonCat, terhitung pada bulan April 2022 ada sebanyak 82. 070. 600 jiwa yang menjadi pengguna media sosial instagram (<https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2022/04/>) (diakses pada 12 Mei 2022, Pukul 16.51). Artinya banyak penduduk Indonesia yang menjadi pengguna media sosial instagram.

Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat merupakan instansi yang berada di bawah kewenangan pemerintah Provinsi Jawa Barat serta dibawah Kementrian pendidikan nasional yang memiliki tugas untuk menetapkan kebijakan operasional pada bidang pendidikan serta melaksanakan kewenangan sebagian yang berhubungan dengan dunia pendidikan diwilayah provinsi. Media sosial instagram merupakan media sosial utama yang digunakan dalam kegiatan komunikasi dan informasi dari Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat. Hal ini dilakukan guna menjalankan fungsinya untuk menyampaikan informasi dari kegiatan kepala dinas, hingga kebijakan-kebijakan pemerintah.

Pada saat seorang humas memilih menggunakan media sosial, maka petugas humas perlu mengetahui bahwa tujuan utamanya adalah untuk menciptakan komunikasi dan menyebarkan informasi melalui media sosial. Sehingga para petugas humas harus mengerti kapan untuk mengevaluasi, dimana dan bagaimana cara berkomunikasi dengan khalayaknya. Maka dari itu Regina Lutrell mengemukakan sebuah model mengenai pengoptimalan dalam kegiatan komunikasi pada media sosial dengan publiknya yang dapat dilakukan humas.

Model tersebut ialah model *The Circular Model of SoMe* (Lutrell, 2015). Saat memilih media sosial, praktisi humas juga harus bisa melihat karakteristik media sosial yang mereka gunakan. Karena setiap jejaring sosial mempunyai kegunaannya tersendiri dan mempunyai audiennyasendiri pula. Artinya ketika memilih media sosial, semuanya tergantung pada tujuan dari masing-masing instansi, hal ini dilakukan agar pengelolaan media sosial yang akan digunakan seharusnya bisa berjalan sesuai peruntukannya.

Optimize (Optimalisasi) di tahap ini Luttrell menjelaskan dalam pengelolaan pesannya, instansi harus bisa mencermati apa yang diperbincangkan publik dan memahami apa percakapan yang dishare publik tentang subjek, baik itu kekurangan dari instansi ataupun hal lainnya. Yang

kemudian hal tersebut dapat ditindak lanjuti oleh subjeknya. Untuk mengambil langkah ini, Luttrell menyarankan subjek untuk memilih alat khusus yang dapat digunakan untuk memantau opini publik.

ketiga ialah *Manage* (Pengelolaan) pada tahapan ini luttrell kembali menekankan 3 point penting yaitu: *Monitoring*, *Quick Response*, dan *Real-time interactions*. Tiga point tersebut menjelaskan tentang cara mengelola agensi dan situs media sosial secara efektif. Hal ini dilakukan dengan membutuhkan diskusi waktu nyata, respons audiens, pengiriman pesan khusus, berbagi tautan, berkomunikasi terus menerus, dan mengukur keberhasilan kerjanya.

Tahapan yang terakhir adalah *Engage* (melibatkan) dalam tahapan ini subjek harus bisa memperhatikan *influencer relations*, dimana audiensnya, dan bagaimana bereaksi terhadap audiensnya (Luttrell, 2015). Saat menyampaikan pesan, lebih baik melibatkan publik yang teridentifikasi, Dimana hal tersebut bertujuan untuk memaksimalkan penggunaan media sosial supaya *engagement* jejaring sosial bisa tercapai. Dalam tahapan ini juga para profesi humas harus paham siapa yang dapat berperan sebagai influencer audiensnya, bagaimana melibatkan audiensnya, dan dimana audiensnya.

Media sosial instagram Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat memiliki keunggulan dibandingkan dengan Dinas Pendidikan Kota Bandung dan juga Dinas Pendidikan Provinsi lainnya, hal tersebut dapat terlihat dari perbedaan jumlah pengikut dari akun sosial media instagram dari masing-masing instansi. Pengikut pada akun instagram @disidkjabar ada sebesar 200 ribu orang pengikut. Dimana angka ini merupakan angka yang bedar bagi sebuah instagram dari instansi. Selain Fakta yang telah dipaparkan diatas, peneliti memilih Humas Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat sebagai subjek penelitian karena pengelolaan media sosial instagram Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat terus berkembang,

Peneliti juga tertarik untuk memakai konsep Regina Luttrell dengan judul “Pengelolaan Media Sosial Instagram Oleh Humas Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat (Studi Deskriptif tentang akun instagram @disidkjabar sebagai media komunikasi dan media informasi)”.

agai Media Informasi dan Media Komunikasi yang meliputi share, optimize, manage dan engage.

B. Metodologi Penelitian

Peneliti ini merupakan penelitian dengan tipe deskriptif dan pendekatan kualitatif, Metode ini sesungguhnya belum benar-benar kualitatif, karena pengaruh arus berpikir kuantitatif masih kuat dan mengakar pada penelitian ini. Akan tetapi pada penelitian ini cara pandang memperlakukan teori berbeda, dimana lebih banyak dipengaruhi oleh pandangan-pandangan deduktif-kuantitatif. dalam penelitian hanya menggambarkan detail dari penggunaan media sosial instagram Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat Sebagai Media Komunikasi dan Media Informasi. Paradigma yang digunakan adalah positivistik Menurut Salim (2006:68) positivisme merupakan paradigma yang muncul paling awal dalam dunia ilmu pengetahuan. Keyakinan dasar aliran ini berakar pada paham ontologi realisme yang menyatakan bahwa realitas berada (exist) dalam kenyataan dan berjalan sesuai dengan hukum alam (natural laws). positivisme merupakan Penelitian berupaya mengungkapkan kebenaran realitas yang ada, dan bagaimana realitas tersebut senyatanya berjalan (dalam Hajati, (2018:63).

Penelitian ini menggunakan data kualitatif berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Dengan teknik analisis data melalui reduksi data penyajian data serta penarikan kesimpulan dari hasil reduksi dan penyajian pada data. Teknik triangulasi dipakai untuk menguji keabsahan data pada penelitian ini. Teknik triangulasi ialah metode akuisisi data/informasi yang menggabungkan beberapa metode akuisisi data dengan sumber yang dimiliki (Sugiyono, 2013:83).

Teknik triangulasi dipakai untuk menguji keabsahan data pada penelitian ini. Teknik triangulasi ialah metode akuisisi data/informasi yang menggabungkan beberapa metode akuisisi data dengan sumber yang dimiliki(Sugiyono, 2013:83).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Share (Membagikan)

Humas Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat menggunakan media sosial sebagai media aspirasi dan komunikasi dua arah dengan warga disdik. Hal ini telah sesuai dengan yang dikatakan Luttrell (2015:41) juga menyebutkan bahwa media sosial dapat membantu subjek atau instansi berbagi informasi atau bersosialisasi bersama dalam jaringan online. Priyono (2022:18) juga menjelaskan bahwa komunikasi dua arah adalah komunikasi timbal balik antara komunikator dan komunikan. Dalam hal ini, komunikan diberi kesempatan untuk bereaksi atau merespon informasi yang diterima dari komunikator.

Target audience Humas Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat adalah siswa siswi SMA/SMK. Yang mana seperti hasil riset humas dinas pendidikan provinsi jawa barat bahwa Penggunaan media sosial instagram digunakan oleh sebagai media utama mereka karena mereka melihat khalayak besarnya terdapat pada halaman media sosial instagram. Luttrell (2015:40) dimana Luttrell menyatakan pada proses membagikan, Subjek diharuskan terlibat dalam media sosial. Maksud kata berpartisipasi disini adalah ikut dalam menggunakan media sosial dimana target audience dari humas dinas pendidikan provinsi jawa barat menggunakan media sosial sehingga Humas Disdik pun harus menggunakan media sosial juga.

Humas disdik jawa merasa khalayaknya lebih tertarik pada media informasi bersifat visual dibanding dengan textual. Hal tersebut diperkuat juga oleh gagasan bahwa manusia dapat tertarik pada visualisasi seperti video, karena empat alasan yang dikemukakan Bernard: melihat sesuatu untuk mendapatkan informasi; Suara memungkinkan kami mengubah informasi penting menjadi potongan konten; Gerakan Anda dan gerakan yang dapat menarik perhatian. (Bernard, (2003:35), dalam Romdhoni, 2017). Humas dinas pendidikan provinsi jawa barat juga melakukan share dengan cara menjaga kepercayaan dari publik disdik dengan berupaya memposting konten informasi yang benar dan berdasarkan fakta. Luttrell (2015:182) memastikan topik yang jujur dan akurat saat memposting informasi atau berita, dan memperbaiki topik yang salah sesegera mungkin diperlukan.

Optimize (Pengoptimalan)

Pada hal ini humas dinas pendidikan provinsi jawa barat mengoptimalkan profil instagram dan feed sebagai bentuk identifikasi mereka di media sosial instagram. hal ini disebutkan oleh Frazia bahwa data identitas diperlukan karena dengan menggunakan foto profil yang sama di jejaring sosial yang berbeda, atau dengan menggunakan foto profil yang relatif berbeda tetapi memiliki kesamaan karakteristik yang mewakilinya, responden telah menentukan positioning, differential, branding (BDP). sehingga menjadi unit pendukung personal brand seseorang. Setelah terbentuknya BDP, kemudian tergambar melalui beberapa media sosial. Media sosial yang digunakan bisa fokus pada satu atau menggunakan jejaring sosial yang berbeda, sesuai dengan fungsi dan positioning yang ditetapkan (E Frazia, 2018).

Humas dinas pendidikan provinsi jawa barat memanfaatkan fitur instagram sebagai media pada kegiatan *listen and learn*. Kegiatan dilakukan dengan pengecekan komentar, direct message dan juga mention yang masuk pada akun instagram @disdikjabar. Hal ini masih bertentangan dengan apa yang dikatakan oleh Luttrell (2015:42) dimana organisasi harus melihat dan mendengarkan apa yang dibagikan audiens menggunakan social mention yang dapat mengukur serta mengevaluasi percakapan yang ditujukan kepada organisasi. Luttrell menambahkan bahwa ketika menerapkan rencana optimize, pada point mendengarkan dan mempelajari publik, alat tertentu harus digunakan.

Aktivitas pengoptimalan terdiri dari beberapa kegiatan, salah satunya pembuatan timeline postingan. Akan tetapi humas dinas pendidikan provinsi jawa barat tidak melakukan penjadwalan pada postingan yang mereka update. Humas dinas pendidikan provinsi jawa barat hanya menjadwalkan setiap postingan harus sudah di up di instagram pada pukul 10.00 pagi. Dan penentuan segmen harian. Hal ini tidak sesuai dengan yang dikatakan Luttrell (2015:102) yaitu dengan *YearlySchedule*.

Setelah melakukan kegiatan *listen and learn* humas dinas pendidikan provinsi jawa barat juga

berupaya melakukan keterlibatan pada topik-topik outentik yang sedang banyak dibicarakan dikalangan masyarakat. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan Luttrell Percakapan yang mereka lakukan akan banyak jika Anda sebagai seorang praktisi, adalah bagian dari mereka (Luttrell, 2015: 42) selain itu juga hasil observasi peneliti menunjukan akun instagram @disdikjabar berupaya mengikuti segala hal yang diperbincangkan melalui konten humanistik yang mereka upload. Luttrell (2015:55) menunjukkan bahwa ketika sebuah organisasi memutuskan untuk terjun di media sosial, seharusnya bukan menjadi organisasi tetapi manusia.

Manage

Media monitoring dilakukan oleh humas dinas pendidikan provinsi jawa barat dengan memantau media offline dan online. media offline dilakukan pada media koran dengan mengamati dan membuat kliping harian. Sedangkan pada media online humas newsroom berupaya memantau media sosial instagram @disdikjabar melalui fitur yang ada di media sosial. fitur insight digunakan untuk memantau perkembangan pada pengikut akun instagarm dan tanggapan wargi disdik pada konten yang mereka upload. Selain itu humas disdik jabar juga melakukan pemantauan pada mention dan kolom komentar guna melihat pertumbuhan aspirasi yang berkembang dan beredar di kalangan wargi disdik. Luttrell mengatakan bahwa pemantauan media dapat menghitung hasil dan memahami metrik yang muncul di media sosial. Menurutnya, dalam pemantauan media sosial, subjek harus menggunakan alat tertentu (2015: 135). Dasbor media sosial adalah alat yang menurut Luttrell dapat menampilkan semua aktivitas dan dasbor media sosial yang berbeda secara bersamaan (Luttrell, 2015: 43).

Aktivitas selanjutnya mengenai menanggapi komentar sesuai dengan waktu komentar. Komentar dikelola secara manual oleh pengelola akun @disdikjabar melalui aplikasi Instagram, dimulai dari balasan komentar yang diterima, namun hal ini masih belum dioptimalkan dengan semestinya. Menurut hasil observasi yang dilakukan peneliti, pihak Humas Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat masih jarang menanggapi komentar di kolom komentar. Bahkan terlihat pada akun instagram @disdikjabar terdapat beberapa netizen disdik yang melaporkan atau memberi kritik mengenai tidak ada admin yang aktif merespon pada komentar yang ada di akun @disdikjabar. Hal ini tidak sejalan dengan konsep yang dijelaskan oleh Luttrell (2015: 43), yang menjelaskan bahwa respon cepat bekerja paling baik jika subjek menggunakan dashboard media sosial pada tahap ini. Selain itu, tambah Luttrell, Perusahaan/Instansi harus menentukan jenis percakapan untuk berkomunikasi dengan audiensnya.

Penggunaan gaya bahasa juga diatur oleh humas dinas pendidikan provinsi jawa barat dalam upaya menjalin kedekatan dengan wargi disdik. Luttrell membicarakan tersebut sebagai berikut, Penggunaan bahasa juga merupakan bentuk interaksi antar pengguna media sosial (Luttrell, 2015: 102).

Fitur lain yang ada di media sosial instagram ada live instagan. Fitur ini biasanya digunakan oleh user untuk melakukan percakan langsung dengan pengikutnya, akan tetapi humas dinas pendidikan provinsi jawa barat belum melakukan kegiatan interaksi secara langsung melalui fitur live instagram. fitur live hanya pernah digunakan oleh humas disdik untuk menayangkan secara live acara penting yang dilakukan disdik. Hal ini tentunya belum mengikuti konsep yang di jelakan lutrel bahwa Luttrell (2015:43) sebuah perusahaan atau organisasi harus dapat berinteraksi secara real time.

Engage

Dalam point ini luttrell menjelaskan beberapa point diantaranya adalah brand influencer, bagaimana hubungannya, menentukan target pasar, dan bagaimana cara terikat. Humas Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat menggunakan *brand influencer* untuk membangun engagement. MasterChaft Sunny merupakan influencer yang pernah diguankan oleh Humas Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat. Kerja sama dilakukan dengan bentuk kolaborasi pembuatan konten bersama kontestan dari masterchef tersebut pada Hari Gizi Nasional. Humas Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat membuat konten menyiapkan bahan makanan bergizi menggunakan Sunny sebagai talent pada videonya. Hal ini memberikan hasil positif terhadap peningkatan followers akun Instagram @disdikjabar. Menurut Luttrell (2015: 43), terlibat

dalam percakapan dengan pengguna dan influencer adalah bagian terpenting dari strategi sosial. Berinteraksi dengan influencer adalah salah satu cara untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk mencapai keterlibatan media sosial. Pernyataan ini juga diperkuat oleh York di Sprout Social yang mengemukakan bahwa social media influencer memiliki peran penting dalam membujuk audiens mereka tentang media sosial mereka.

Point selanjutnya adalah penentuan target khalayak. Humas Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat menentukan media sosial dan fokus pada penggunaan media sosial yaitu Instagram. Seperti yang disebutkan dalam proses share, Humas Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat melakukan pencarian terhadap jumlah orang yang mulai menggunakan internet, kemudian humas dinas pendidikan provinsi jawa barat membandingkan jumlah pengguna di beberapa media sosial dan media sosial mana yang banyak diikuti oleh warga disdik.

Setelah menentukan audiens, yang harus dilakukan subjek dalam proses engagement adalah untuk dapat menjangkau dan menjalin ikatan dengan pengikut. Humas Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat melakukan kunjungan ke sekolah-sekolah di Jawa Barat, hal ini dilakukan untuk mengenalkan Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat pada sekolah-sekolah tersebut serta menjalin hubungan baik antara Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat dengan sekolah-sekolah di Jawa Barat. Namun, hal itu belum termasuk upaya peningkatan engagement di media sosial Instagram. Hal lain yang dilakukan Humas Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat adalah mengikutsertakan pelajar dan mahasiswa dari Jawa Barat untuk berperan sebagai talent dalam konten yang dibuat oleh akun @disdikjabar. Hal itu dilakukan Humas Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat dalam upaya meningkatkan antusiasme siswa dalam mengakses akun Instagram @disdikjabar.

Peneliti juga menemukan postingan berupa kuis ringan yang diposting oleh akun Instagram @disdikjabar seperti konten ketajaman mata, dimana konten tersebut mendorong followers akun Instagram @disdikjabar untuk menjawab kuis tersebut. Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan Luttrell di mana ia mendorong kesenangan dan tawa saat orang-orang memimpin interaksi mereka di internet, bersikap serius tentang mereka, dan mendorong percakapan yang tulus (Luttrell, 2015:37).

D. Kesimpulan

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

1. Proses share penggunaan media sosial pada humas Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat sudah sesuai dengan kondep luttrell dengan berpartisipasi, menentukan target dan menjaga kepercayaan warga disdik.
2. Proses *optimize* dilakukan oleh humas disdik melalui pengelolaan profil, pencarian icu dan cara terlibat dengan issue tersebut. kemudian nantinya akan dijawab menggunakan konten.
3. Point manage menjelaskan cara humas disdik melakukan media monitoring dengan memanfaatkan fitur *insight*, mention dan hastag
4. Point terakhir yaitu optimize. Kegiatan brand *influencer* dilakukan dengan kerja sama pada hari Gizi nasional, selain hal itu humas dinas pendidikan provinsi jawa barat melakukan kegiatan interaksi melalui konten kuis dan lainnya

Acknowledge

Terimakasih kepada para pihak yang terkait dalam penyusunan penelitian artikel ilmiah ini yang telah membantu saya hingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

Daftar Pustaka

- [1] Aichner dan F. Jacob. (2015). *Measuring the degree of corporate social media use.*, 57 (2) (2015), hal. 257-276. <https://doi.org/10.2501/IJMR-2015-018>
- [2] Agustina, (2016) . *Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja Di Sma Negeri 3 Samarinda*. Ejournal Ilmu Komunikasi

- Universitas Mulawarman H. 412.
- [3] Batubara, Juliana. (2017). *Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling*. Jurnal Fokus Konseling, Volume 3, No. 2, 95-107. DOI: <https://doi.org/10.26638/jfk.387.2099>
- [4] Luttrell, R. (2015). *Social Media*. Maryland: Rowman & Little Field.
- [5] Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media. H. 48.
- [6] Priyono., Pipit Eko. 2022. *Komunikasi dan Komunikasi Digital*. Guepedia
- [7] Romadhoni, Alfian., Hanny Hafiar, Kokom Komariah. 2017. *Pengelolaan Instagram @humas_Jabar Oleh Bagian Humas Pemerintahan Provinsi Jawa Barat*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Volume 8, Nomor 2, hlm 101-116
- [8] Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- [9] Yulianita, neni., Nurrahmawati., Tresna Wiwitan. 2017. *Pemahaman Dosen Universitas Islam Bandung Tentang makna Hoax Di Media Sosial Whatsapp*. Wacana Jurnal ilmiah ilmu komunikasi. [Vol 16, No 2 \(2017\)](#).
- [10] Peraturan Pemerintahan RI yang dikeluarkan pada tahun 2012 Nomor 82, (<https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2022/04/>) (diakses pada 12 Mei 2022, Pukul 16.51).
- [11] Althafariq Ramadhan, Muhammad, Chatamallah, Maman. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran X. Jurnal Riset Public Relations, 2(1), 19 - 22