

Hubungan antara Terpaan Konten “Kemis Nyunda” pada Akun Instagram @humas_bandung dengan Peningkatan Pelestarian Bahasa Sunda

Fadilya Lemantieshiba Permana*, Ike Junita Triwardhani

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

*fadilyapermana@gmail.com, junitawardhani@gmail.com

Abstract. Today many Indonesian people, individually or in groups, use social media to carry out the communication process. One of them carried out by the Government of Bandung City. The Bandung City Government uses Instagram @humas_bandung as a bridge between the government and the community to convey messages. The message conveyed is not only information, but can also be in the form of ideas, instructions or feelings related to government policies, one of which is the content "Kemis Nyunda" as campaign content with the aim of preserving Sundanese culture, especially Sundanese language. Through this research, researchers want to find out, what is the relationship between exposure to "Kemis Nyunda" content on the @humas_bandung account and increasing the preservation of Sundanese language as an object of research using a quantitative approach and correlational research methods. The population used in this study is followers of the Instagram account @humas_bandung and the sample in this study is 100 followers. In this study, researchers used analysis of Spearman's rank test with the help of SPSS 25. The data collection method to be used was distributing questionnaires via Google forms and interviews. The results of the study obtained using the Spearman rank test showed that there was a very strong relationship between exposure to "Kemis Nyunda" content and an increase in the preservation of Sundanese language, which was 0.000 and the level of strength between variables obtained a result of 0.904. In addition, in this study the results showed that the content "Kemis Nyunda" is interesting content and is packaged in the form of a short video so it doesn't have a bored effect on followers and the content "Kemis Nyunda" can also add to their insights about Sundanese language.

Keywords: *Instagram, Kemis Nyunda, Preservation of Sundanese.*

Abstrak. Dewasa ini banyak masyarakat Indonesia secara individu maupun kelompok yang memanfaatkan media sosial untuk melakukan proses komunikasi. Salah satunya yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bandung. Pemerintah Kota Bandung memanfaatkan Instagram @humas_bandung sebagai jembatan antara pemerintah dengan masyarakat untuk menyampaikan pesan. Pesan yang disampaikan bukan hanya informasi saja, tetapi juga dapat berupa ide, instruksi maupun perasaan yang berhubungan dengan kebijakan pemerintahan salah satunya yaitu konten “Kemis Nyunda” sebagai konten kampanye dengan tujuan untuk melestarikan budaya sunda khususnya bahasa sunda. Melalui penelitian ini, peneliti ingin mengetahui, bagaimana hubungan antara terpaan konten “Kemis Nyunda” pada akun @humas_bandung dengan peningkatan pelestarian bahasa sunda sebagai objek penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode penelitian korelasional. Adapun populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu followers akun Instagram @humas_bandung dan sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 100 orang followers. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis uji rank spearman dengan bantuan SPSS 25. Metode pengumpulan data yang akan digunakan yaitu penyebaran angket melalui google form dan wawancara. Hasil dari penelitian yang didapatkan menggunakan uji rank spearman menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara terpaan konten “Kemis Nyunda” dengan peningkatan pelestarian bahasa sunda yaitu sebesar 0,000 dan tingkat kekuatan antar variabel mendapatkan hasil sebesar 0,904. Selain itu juga, pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa konten “Kemis Nyunda” merupakan konten yang menarik dan dikemas berupa video singkat sehingga tidak memberikan efek bosan kepada followers dan konten “Kemis Nyunda” juga dapat menambah wawasan mereka mengenai bahasa sunda.

Kata Kunci: *Instagram, Kemis Nyunda, Pelestarian Bahasa Sunda*

A. Pendahuluan

Dewasa ini banyak masyarakat Indonesia yang menggunakan internet. Menurut informasi yang dipublikasikan oleh We Are Social pada Februari 2022 Jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 204,7 juta. Sementara itu, jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 191,4 juta (Kemp, 2022). Internet adalah bentuk media baru yang menggunakan teknologi digital. Menurut McQuail (dalam Sutrisno & Mayangsari, 2022), media baru merupakan media yang mempunyai unsur digitalisasi dan ketersediannya luas sehingga dapat digunakan sebagai sarana komunikasi. Dengan adanya media sosial yang memanfaatkan internet ini, masyarakat dapat mengakses informasi atau melakukan proses komunikasi dimanapun dan kapanpun tanpa adanya keterbatasan waktu maupun jarak. Sehingga, masyarakat dapat menerima informasi dari belahan bumi manapun secara cepat.

Dilansir dari *We Are Social* pada Februari 2022 menyebutkan juga bahwa media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Instagram yang berada di posisi ke-2 setelah media sosial Whatsapp sebesar 84,8% dari jumlah populasi (Kemp, 2022). Oleh karena itu, media sosial Instagram dimanfaatkan oleh Pemerintah Kota Bandung yaitu akun Instagram @humas_bandung sebagai jembatan antara pemerintah dengan masyarakat setempat untuk menyampaikan pesan. Pesan yang disampaikan bukan hanya informasi saja, tetapi juga dapat berupa ide, instruksi maupun perasaan yang berhubungan dengan kebijakan pemerintahan. Akun Instagram @humas_bandung ini, telah diverifikasi oleh pihak Instagram sebagai akun resmi yang ditandai dengan adanya tanda centang biru. Selain itu juga, akun @humas_bandung mendapatkan penghargaan Silver Winner Anugerah Humas Indonesia Tahun 2022 Kategori Media Internal Sub Kategori Video Profil dan Bronze Winner Kategori Layanan Informasi publik. Pemerintah Kota Bandung telah memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat luas. Saat ini per tanggal 9 November 2022, akun media sosial Instagram @humas_bandung telah diikuti sebanyak 37.500 orang dan postingan atau konten yang telah dipublikasikan di akun tersebut sebanyak 3.402 yang berupa gambar atau grafis, foto dan video.

Salah satu konten pada akun Instagram @humas_bandung adalah “Kemis Nyunda”. Konten ini merupakan program yang dibuat oleh Pemerintah Kota Bandung sebagai bentuk kecintaan terhadap tanah pasundan dan sebagai upaya melestarikan bahasa sunda. Kampanye ini dilatar belakangi oleh krisis penggunaan bahasa sunda sebagai bahasa ibu dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut diungkapkan oleh Lembaga Basa jeung Sastra Sunda (LBSS) pada tahun 2022 melalui survei yang dilakukan oleh Universitas Pendidikan Indonesia yang menyatakan bahwa sebagian besar generasi muda dan siswa-siswi di Kota Bandung menggunakan Bahasa Indonesia sebagai bahasa sehari-hari. Krisis penggunaan bahasa sunda ini akan berdampak kepada kearifan lokal yang terkandung pada bahasa sunda. Oleh karena itu, melalui konten tersebut, diharapkan dapat meningkatkan pelestarian bahasa sunda di Kota Bandung. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, peneliti tertarik untuk mempelajari “Bagaimana hubungan antara terpaan konten “Kemis Nyunda” pada akun Instagram @humas_bandung dengan peningkatan pelestarian bahasa sunda.”

B. Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional karena metode dan pendekatan tersebut merupakan metode dan pendekatan yang menguji hubungan atau keterkaitan antar variabel sehingga metode dan pendekatan tersebut sangat relevan digunakan pada penelitian ini. Populasi pada penelitian ini adalah followers akun Instagram @humas_bandung dan sampel yang digunakan yaitu sebanyak 100 orang yang diambil dari hasil perhitungan rumus slovin.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan teknik total sampling.. Teknik total sampling adalah teknik pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama dengan jumlah populasi (Sugiyono,2007) yang pada penelitian ini peneliti membuat kerangka sampel sebanyak 100 orang yang terdiri dari followers yang bersedia mengisi kuesioner dari jumlah total followers yaitu sebanyak 37.500. Teknik pengambilan data pada penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner yang dibagikan melalui gform dan wawancara

kepada beberapa sampel untuk mengumpulkan lebih banyak data dan memperkuat data yang mungkin diperlukan untuk melengkapi penelitian ini.

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik analisis data deskriptif yang menurut Sugiyono merupakan tindakan mencari data dari hasil penyebaran kuesioner dan wawancara yang disusun secara metodis. (Sugiyono, 2010). Selain itu juga, akan digunakan analisis korelasional *Rank Spearman* untuk mengetahui hubungan atau keterkaitan antar variabel.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Sub-Hipotesis Hubungan Antara Frekuensi Melihat Konten “Kemis Nyunda” Pada Akun Instagram @humas_bandung dengan Peningkatan Pelestarian Bahasa Sunda Pada Followers Akun Instagram @humas_bandung

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada followers akun Instagram @humas_bandung mengenai pengujian hipotesis, frekuensi (X1) dengan peningkatan pelestarian bahasa sunda (Y) menggunakan uji spearman rank mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti nilai tersebut $< 0,05$ yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara frekuensi melihat konten “Kemis Nyunda” pada akun Instagram @humas_bandung dengan peningkatan pelestarian bahasa sunda pada followers akun Instagram @humas_bandung. Selain itu juga, tingkat kekuatan korelasi antar variabel tersebut didapatkan nilai sebesar 0,732 yang berada pada interval hubungan tersebut kuat. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pelestarian bahasa sunda di Kota Bandung meningkat pasca frekuensi followers melihat konten “Kemis Nyunda” meningkat.

Terdapat beberapa hal yang menyebabkan frekuensi dapat berkorelasi dengan peningkatan pelestarian bahasa sunda pada followers akun Instagram @humas_bandung yaitu seringkali followers melihat konten “Kemis Nyunda” dan konten tersebut sering muncul di beranda Instagram mereka. Selain itu, followers juga pernah mengakses konten “Kemis Nyunda” pada akun Instagram @humas_bandung. Nilai rata-rata jawaban responden pada indikator frekuensi penelitian ini sebesar 409 yang berada pada interval “Baik” yang berarti bahwa followers sudah mengenal konten “Kemis Nyunda” pada akun Instagram @humas_bandung yang merupakan konten kampanye dengan tujuan untuk melestarikan bahasa sunda di Kota Bandung.

Responden menyatakan mereka sering melihat konten “Kemis Nyunda” pada beranda Instagram mereka khususnya setiap hari kamis dan mereka pernah mengakses konten tersebut pada akun Instagram @humas_bandung dengan alasan mereka tertarik melihat konten terbaru dari konten tersebut karena sebelumnya konten “Kemis Nyunda” dapat menarik perhatian mereka dengan informasi yang dapat menghibur mereka karena keunikan-keunikan yang dimiliki bahasa sunda. Menurut mereka keunikan bahasa sunda tersebut dapat dilihat dari konten “Kemis Nyunda” yang berjudul Ketika Orang Jakarta Ngobrol Sama Orang Bandung, konten tersebut berisikan keunikan bahasa sunda yang memiliki kosa kata yang sama dengan bahasa indonesia tetapi beda arti. Seperti, istilah “mangga” dalam bahasa sunda memiliki arti silahkan sedangkan dalam bahasa indonesia memiliki arti buah mangga. Selain itu juga istilah “amis” dalam bahasa sunda memiliki arti manis dan dalam bahasa indonesia memiliki arti bau amis.

Hasil tersebut sesuai dengan teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori media menurut Marshall McLuhan dan Harold Adams Innis bahwa konten “Kemis Nyunda” pada akun Instagram @humas_bandung dapat memberikan pengaruh kepada masyarakat, pengaruh tersebut adalah adanya perubahan perilaku masyarakat yang dapat dilihat dari timbulnya persepsi masyarakat bahwa bahasa sunda merupakan bahasa daerah yang unik. Bahasa sunda dianggap sebagai bahasa daerah yang unik oleh masyarakat, keunikan-keunikan tersebut dapat dilihat dari konten “Kemis Nyunda” yang berjudul Ketika Orang Jakarta Ngobrol Sama Orang Bandung,

Sub-Hipotesis Hubungan Antara Menyimpan Perhatian Terhadap Konten “Kemis Nyunda” Pada Akun Instagram @humas_bandung Dengan Peningkatan Pelestarian Bahasa Sunda Pada Followers Akun Instagram @humas_bandung

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada followers akun Instagram @humas_bandung mengenai pengujian hipotesis perhatian (X2) dengan peningkatan pelestarian bahasa sunda (Y) menggunakan uji spearman rank mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti nilai tersebut $< 0,05$ yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara menyimpan perhatian terhadap konten “Kemis Nyunda” pada akun Instagram @humas_bandung dengan peningkatan pelestarian bahasa sunda pada followers akun Instagram @humas_bandung. Selain itu juga, tingkat kekuatan korelasi antar variabel tersebut didapatkan nilai sebesar 0,896 yang berada pada interval hubungan tersebut kuat. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pelestarian bahasa sunda di Kota Bandung meningkat pasca perhatian followers terhadap konten “Kemis Nyunda” meningkat.

Terdapat beberapa hal yang menyebabkan perhatian dapat berkorelasi dengan peningkatan pelestarian bahasa sunda pada followers akun Instagram @humas_bandung yaitu mulai dari tampilan pada konten tersebut menarik, mudah dipahami, konten tersebut selalu diperbaharui, sampai kepada informasi tersebut dapat dipercaya oleh followers. Nilai rata-rata jawaban responden pada indikator perhatian penelitian ini sebesar 431,8 yang berada pada interval “Sangat Baik” yang berarti bahwa konten “Kemis Nyunda” telah dikemas sangat baik sehingga dapat menarik perhatian followers untuk menyimak konten tersebut sehingga pesan-pesan yang disampaikan dapat diterima oleh masyarakat dengan baik.

Responden menyatakan bahwa tampilan pada konten tersebut menarik, mudah dipahami, konten tersebut selalu diperbaharui, dan informasi tersebut dapat dipercaya oleh mereka. Selain itu juga responden tersebut setuju bahwa konten “Kemis Nyunda” dapat menarik perhatian mereka untuk melestarikan bahasa sunda dan meningkatkan kecintaan mereka terhadap tanah pasundan dengan alasan seiring bertambahnya wawasan mereka mengenai bahasa sunda, mereka menyadari bahwa Bangsa Indonesia merupakan bangsa yang kaya akan kebudayaan yang harus dilestarikan dan dicintai salah satunya bahasa sunda.

Hasil tersebut sesuai dengan teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori media menurut Marshall McLuhan dan Harold Adams Innis bahwa konten “Kemis Nyunda” pada akun Instagram @humas_bandung dapat memberikan pengaruh kepada masyarakat, pengaruh tersebut adalah adanya perubahan perilaku masyarakat yang dapat dilihat dari timbulnya emosi masyarakat terhadap bahasa sunda. Melalui konten “Kemis Nyunda” mereka menyadari bahwa bahasa sunda merupakan salah satu kekayaan budaya yang dimiliki bangsa Indonesia sehingga patut dilestarikan. Hal tersebut dapat dilihat dari konten “Kemis Nyunda” yang berjudul *Rupi-Rupi Kaulinan Sunda* dan *Kakawihan Barudak* yang pada saat ini sudah jarang dimainkan oleh anak-anak di Kota Bandung.

Sub-Hipotesis Hubungan Antara Durasi Melihat Konten “Kemis Nyunda” Pada Akun Instagram @humas_bandung dengan Peningkatan Pelestarian Bahasa Sunda Pada Followers Akun Instagram @humas_bandung

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada followers akun Instagram @humas_bandung mengenai pengujian hipotesis durasi (X3) dengan peningkatan pelestarian bahasa sunda (Y) menggunakan uji spearman rank mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti nilai tersebut $< 0,05$ yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara durasi melihat konten “Kemis Nyunda” pada akun Instagram @humas_bandung dengan peningkatan pelestarian bahasa sunda pada followers akun Instagram @humas_bandung. Selain itu juga, tingkat kekuatan korelasi antar variabel tersebut didapatkan nilai sebesar 0,601 yang berada pada interval hubungan tersebut cukup berarti. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pelestarian bahasa sunda di Kota Bandung meningkat pasca durasi followers melihat konten “Kemis Nyunda” meningkat.

Terdapat beberapa hal yang menyebabkan durasi dapat berkorelasi dengan peningkatan pelestarian bahasa sunda pada followers akun Instagram @humas_bandung yaitu durasi followers menyimak konten tersebut cukup lama bahkan hingga selesai. Nilai rata-rata hasil

jawaban responden pada indikator durasi yaitu sebesar 424,5 yang berada pada interval “Sangat Baik” yang berarti bahwa konten “Kemis Nyunda” sudah dikemas dengan sangat baik sehingga dapat mempengaruhi durasi followers melihat dan menyimak konten tersebut.

Responden menyatakan bahwa mereka menyimak konten “Kemis Nyunda” dengan durasi yang cukup lama bahkan hingga selesai karena mereka menganggap konten tersebut menyajikan informasi yang menarik dan menghibur mereka sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi durasi mereka menonton. Salah satu contoh konten “Kemis Nyunda” yang menghibur mereka adalah konten yang berjudul *Ketika Orang Jakarta Ngobrol Sama Orang Bandung*, menurut mereka konten tersebut dapat menghibur mereka karena menyajikan keunikan-keunikan bahasa sunda yaitu memiliki kosa kata yang sama dengan bahasa indonesia tetapi memiliki beda arti. Seperti “mangga”, dalam bahasa sunda memiliki arti silahkan sedangkan dalam bahasa indonesia memiliki arti buah mangga dan istilah “amis” dalam bahasa sunda memiliki arti manis sedangkan dalam bahasa indonesia memiliki arti bau amis.

Hasil tersebut sesuai dengan teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori media menurut Marshall McLuhan dan Harold Adams Innis bahwa konten “Kemis Nyunda” pada akun Instagram @humas_bandung dapat memberikan pengaruh kepada masyarakat, pengaruh tersebut adalah adanya perubahan perilaku masyarakat yang dapat dilihat dari timbulnya persepsi masyarakat yang menganggap bahwa bahasa sunda adalah bahasa daerah yang memiliki keunikan tersendiri. Masyarakat dapat terhibur ketika menyimak konten “Kemis Nyunda” yang menyajikan keunikan-keunikan bahasa sunda.

Hubungan Antara Terpaan Konten “Kemis Nyunda” Pada Akun Instagram @humas_bandung dengan Peningkatan Pelestarian Bahasa Sunda Pada Followers Akun Instagram @humas_bandung

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada followers akun Instagram @humas_bandung mengenai pengujian hipotesis, terpaan konten “Kemis Nyunda” (X) dengan peningkatan pelestarian bahasa sunda (Y) menggunakan uji spearman rank mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti nilai tersebut $< 0,05$. yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara terpaan konten “Kemis Nyunda” pada akun Instagram @humas_bandung dengan peningkatan pelestarian bahasa sunda pada followers akun Instagram @humas_bandung. Selain itu juga, tingkat kekuatan korelasi antar variabel tersebut didapatkan nilai sebesar 0,904 yang berada pada interval hubungan tersebut sangat kuat. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pelestarian bahasa sunda di Kota Bandung meningkat pasca konten “Kemis Nyunda” dapat menerpa followers.

Nilai rata-rata jawaban responden pada indikator terpaan konten “Kemis Nyunda” penelitian ini sebesar 6.803 yang berada pada interval “Sangat Baik” hal tersebut berarti bahwa terpaan konten “Kemis Nyunda” sudah dinilai sangat baik karena informasi yang disampaikan melalui konten tersebut telah menerpa followers dari mulai melihat, mendengarkan sampai menyimak informasi tersebut.

Responden menyatakan bahwa, terpaan konten “Kemis Nyunda” memiliki hubungan yang sangat kuat dengan peningkatan pelestarian bahasa sunda dengan kata lain mereka tertarik untuk melihat dan menyimak konten tersebut karena konten tersebut mengangkat tema yang menarik dan dikemas berupa video singkat sehingga tidak memberikan efek bosan kepada followers yang menonton dan mereka menyatakan bahwa melalui konten “Kemis Nyunda”, wawasan mereka mengenai bahasa sunda bertambah sehingga mereka juga dapat menguasai bahasa sunda dan meningkatkan kemampuan berbahasa sunda mereka. Menurut mereka salah satu konten “Kemis Nyunda” yang dapat meningkatkan kemampuan berbahasa sunda mereka adalah konten “Kemis Nyunda” yang berjudul *Ngaran-Ngaran Sasatoan dan Terjemahan dalam Bahasa Sunda*.

Hasil tersebut sesuai dengan teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori media menurut Marshall McLuhan dan Harold Adams Innis bahwa konten “Kemis Nyunda” pada akun Instagram @humas_bandung dapat memberikan pengaruh kepada masyarakat, pengaruh tersebut yaitu dapat meningkatkan wawasan masyarakat mengenai bahasa sunda sehingga dapat meningkatkan pelestarian bahasa sunda di Kota Bandung.

D. Kesimpulan

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

1. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara frekuensi melihat konten “Kemis Nyunda” dengan peningkatan pelestarian bahasa sunda. Pelestarian bahasa sunda di Kota Bandung meningkat pasca frekuensi followers melihat konten “Kemis Nyunda” meningkat. Frekuensi mereka melihat konten tersebut meningkat seiring dengan meningkatnya perhatian mereka terhadap konten “Kemis Nyunda” yang sebelumnya mereka tonton.
2. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara menyimpan perhatian terhadap konten “Kemis Nyunda” dengan peningkatan pelestarian bahasa sunda. Pelestarian bahasa sunda di Kota Bandung meningkat pasca perhatian followers terhadap konten “Kemis Nyunda” meningkat. Tampilan pada konten tersebut dinilai menarik, mudah dipahami, selalu diperbaharui, dan informasi tersebut dapat dipercaya.
3. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara durasi melihat konten “Kemis Nyunda” dengan peningkatan pelestarian bahasa sunda. Pelestarian bahasa sunda di Kota Bandung meningkat pasca durasi followers melihat konten “Kemis Nyunda” meningkat. Konten tersebut menyajikan informasi yang menarik dan menghibur sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi durasi mereka menonton.
4. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara terpaan konten “Kemis Nyunda” dengan peningkatan pelestarian bahasa sunda. Pelestarian bahasa sunda di Kota Bandung meningkat pasca konten “Kemis Nyunda” dapat menerpa followers. Konten “Kemis Nyunda” merupakan konten yang menarik karena konten tersebut dikemas berupa video singkat dan mengangkat tema yang menarik dan mudah dipahami

Acknowledge

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat rezeki-Nya, baik dalam bentuk kesehatan maupun kesempurnaan jiwa raga, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi.
2. Ayahanda tercinta Drs. Sulaeman Permana dan Ibunda tercinta Lenny Yuliani serta Adik tercinta Raya Abdillah Permana atas semangat dan doa yang tak henti-hentinya yang selama pengerjaan skripsi ini selalu menguatkan dan menasehati.
3. Prof. Dr. Atie Rachmiate, Dra., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung yang telah memberikan jalan kepada peneliti untuk mengerjakan skripsi ini.
4. Alex Sobur, Drs., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung yang telah memberikan jalan kepada peneliti untuk mengerjakan skripsi ini.
5. Prof. Dr. Ike Junita Triwardhani, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar membimbing, menyemangati, mengkoreksi dan meluruskan jalannya penelitian ini.
6. Firmansyah, S.I.Kom., M.Si. Selaku Dosen Wali peneliti yang telah memberi waktu, tenaga, serta pikirannya untuk memberikan bimbingan selama menempuh perkuliahan di Universitas Islam Bandung.
7. Seluruh Dosen dan Tenaga Kependidikan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung atas bimbingan, pengajaran, dan kooperatif dalam urusan administrasi selama perkuliahan.
8. Semua pihak yang telah berjasa dalam membantu penyelesaian penelitian ini, mudah-mudahan Allah SWT selalu memberikan pahala, nikmat, dan rahmat yang tiada tara.

Daftar Pustaka

- [1] Adinda Sabilla, Mohamad Subur Drajat. Hubungan Celebrity Endorser dengan Keputusan Pembelian Halosnap.Id di Media Sosial Instagram. *J Ris Public Relations* [Internet]. 2023 Jul 17;61–8. Available from: <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRPR/article/view/2024>

- [2] Kemp, S. (2022). Digital-2022-Indonesia-February-2022-v01_compressed.pdf (pp. 24–84).<https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia?msclkid=54849450ac3011eca46cf06ec644a888>.
- [3] Ramadhan BR, Gartanti WT. Strategi Komunikasi Pemasaran Bengkel Kulit Melalui Instagram. *J Ris Public Relations* [Internet]. 2022 Jul 6;47–52. Available from: <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRPR/article/view/886>
- [4] Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta
- [5] Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143..>
- [6] Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta