

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DAN INFORMASI PEMERINTAH KOTA SAMARINDA

Ilham Puji Aditya¹, Ainun Ni'matu Rohmah²

Abstrak

Keberadaan media sosial bermanfaat bagi suatu instansi pemerintahan. Media sosial dapat dijadikan sebagai platform untuk menjalankan komunikasi strategis dan komunikasi publik pemerintah kepada masyarakat. Melalui skripsi ini yang berjudul Pemanfaatan Media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan informasi Pemerintah Kota Samarinda @pemkot.samarinda, Peneliti ingin mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media penyebaran informasi dan komunikasi Pemerintah Kota Samarinda. Metode penelitian yang ini menggunakan pendekatan kualitatif metode studi kasus Adapun penelitian ini menggunakan teori Teori kesempurnaan media (Media Richness Theory) oleh Richard L. Draf dan Robert. H. Lengel. Teori ini mengatakan terdapat empat kriteria untuk menilai kegunaan media yaitu, Kesegaran, keragaman isyarat, variasi Bahasa, dan sumber personal. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram Pemkot Samarinda memanfaatkan akun instagramnya sebagai media informasi kepada masyarakat dan menjadi media monitoring opini dan aspirasi masyarakat terhadap pemerintah Kota Samarinda. Namun dalam pelaksanaan pengelolanya masih belum maksimal. Hal ini dapat dilihat dari umpan balik yang belum di maksimalkan, konten-konten yang masih belum bervariasi, fitur fitur Instagram yang masih bisa dimaksimalkan dan status Verified atau centang biru yang masih belum ada pada Instagram @pemkot.samarinda

Kata Kunci: Media sosial, Instagram, Pemerintah Kota

Pendahuluan

Dengan perkembangan teknologi dan informasi yang pesat menjadikan setiap manusia memiliki saluran atau wadah sendiri dalam mencari informasi dan menyuarakan kebutuhan. Masyarakat kini tidak perlu datang ke kantor Dinas Pendidikan untuk sekedar mencari informasi penerimaan peserta didik baru. Masyarakat dapat memberikan protes, saran, masukan atau informasi kepada pemerintah dengan mudah hanya dengan komentar atau melalui *direct message*

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: ilhampujiaditya1009@email.com

² Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

ke akun media sosial suatu instansi atau kepala daerah. Didukung dengan perkembangan teknologi komunikasi yang pesat media sosial hadir ditengah masyarakat, Di Indonesia pengguna media sosial di Indonesia mencapai 191 juta jiwa (Social, 2023). Media sosial bagi pemerintah tidak hanya berperan sebagai media penyampian informasi, namun juga sebagai media pemerintah untuk meningkatkan reputasi, sarana lebih dekat dengan publik, dan sebagai media dokumentasi dan sosialisasi kegiatan pemerintah kota (Ratna, 2021). terdapat 4 tipologi komunikasi media sosial menurut Nic De Paula yaitu menyediakan informasi, mencari umpan balik dari warga, berdialog dengan warga dan sebagai representasi diri di dunia maya.

Dalam kasus pandemi beberapa tahun lalu Instagram menjadi sarana informasi pemerintah kepada masyarakat yang dalam hal ini terpusat pada Kementerian Kesehatan dan Dinas kesehatan yang menjadi pusat informasi layanan Covid-19. Instagram juga digunakan oleh berbagai pejabat daerah untuk lebih dekat kepada masyarakat sehingga secara langsung dapat menerima laporan dan keluhan dari masyarakat, seperti yang dilakukan oleh Anies Baswedan, Ganjar Pranowo dan Ridwan Kamil. Salah satu Pemerintah Daerah yang memanfaatkan media sosial sebagai media komunikasi dan Informasi adalah Pemerintah Kota Samarinda.

Media sosial lain yang ada pada pemerintah Kota Samarinda adalah Facebook melalui @Pemerintah Kota Samarinda, Twitter pada @ppid_smr dan Website melalui <https://samarindakota.go.id/website>. Dalam tiga sosial media ini mempunyai kelebihan dan kekurangan. Instagram @pemkot.samarinda yang memiliki 36 ribu pengikut Dengan jangkauan 52.787 per 3 bulan terakhir dan didominasi pengikut dengan domisili Samarinda disusul dengan Kota Balikpapan. Meskipun demikian, Pemerintah Kota Samarinda masih bisa dimaksimalkan lagi, salah satunya ditunjukkan bahwa akun tersebut sampai dengan sekarang belum mendapatkan status verified dari Instagram. mampu meningkatkan akuntabilitas @pemkot.samarinda sebagai pusat informasi publik Pemerintah Kota Samarinda. Masalah kedua yaitu engagement rate akun Instagram @pemkot.samarinda yang rendah, @pemkot.samarinda dengan 36,4 ribu follower masih dibawah standar engagement rate. rate untuk kategori jumlah follower 20 ribu – 100 ribu follower yaitu di 2,15%.. Instagram @pemkot.samarinda masih disekitar 0,20%. (Phlanx.com).

Dalam fenomena penyebaran informasi kepada masyarakat melalui Instagram dapat dikaji dengan teori kesempurnaan media. Teori ini mengatakan semakin kaya sebuah media, maka semakin efektif media tersebut dalam menyampaikan pesan. Artinya ketika komunikator dapat memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada suatu media semaksimal mungkin, maka semakin besar pula efektifitas dalam komunikasi yang dilakukan melalui platform atau media tersebut

Kerangka Dasar Teori

Teori Kesempurnaan Media (Media Richness Theory)

Teori kesempurnaan media (Media Richness Theory) diperkenalkan oleh Richard L. Draf dan Robert. H. Lengel pada tahun 1984. Teori kesempurnaan media mengemukakan bahwa orang memilih secara sadar media komunikasi berdasarkan pada “Kesempurnaan” yang menjadi sifat media, dan tingkat keselarasan kesempurnaan tersebut dengan peristiwa komunikasi. Dalam teori kesempurnaan media menunjukkan face to face merupakan media dengan tingkatkan kekayaan tertinggi. Dengan demikian media ini memiliki kemampuan yang baik dalam mengatasi situasi yang tidak jelas oleh karena itu sebuah perusahaan atau instansi membutuhkan media seperti face to face untuk mewujudkan tujuan-tujuan perusahaan dalam menjalankan usahanya (Wayne, 2015). Menurut Trevino, Draf, terdapat empat kriteria untuk menilai kegunaan media, yaitu : Kesegaran, Keragaman Isyarat, Variasi Bahasa dan Sumber personal.

Kesegaran : Kemampuan media untuk menyediakan informasi secara berkala dan memungkinkan umpan balik (feedback) secara cepat. Adanya feedback mengindikasikan bahwa sebuah pesan diterima dengan baik dan memastikan setiap kesalahan yang ada dapat segera dikoreksi.

Keragaman Isyarat : mengacu pada kemampuan untuk mengkomunikasikan pesan melalui pendekatan yang berbeda-beda, seperti tubuh, bahasa, suara dan intonasi, serta kapasitas untuk menghantarkan berbagai bentuk simbol, baik simbol verbal dan non verbal baik berupa audio atau visual.

Variasi Bahasa : menunjukkan kemampuan penggunaan kata yang berbeda untuk meningkatkan pemahaman, yaitu pada variasi cara dalam menyampaikan ide dan konsep melalui simbol bahasa. Hal ini juga dapat dilihat dari banyaknya makna yang dapat disampaikan melalui simbol bahasa yang digunakan semisal angka atau penggunaan bahasa asli.

Sumber personal menfokuskan pada kemampuan untuk menunjukkan perasaan dan emosi. Setiap media memiliki tingkatan yang berbeda soal fokus pribadi, khususnya ketika sebuah media menggabungkan perasaan pribadi dan emosi, pesan akan tersampaikan dengan baik.

Media Baru

Media baru sebagai salah satu penanda dari berlangsungnya proses globalisasi, megacu pada berbagai perubahan dalam produksi, distribusi, dan penggunaan media. Bentuk bentuk media baru terus berkembang dan beragam mengikuti perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Definisi media baru menurut Archan (dalam Nugroho, 2020) ialah terbagi menjadi tiga aspek yaitu, aspek teknologi, aspek sosiokultural dan aspek lingkungan. Perbedaan media baru dengan media massa konvensional adalah media baru memiliki ciri interaktif atau memungkinkan komunikasi dua arah, sehingga dapat dikatakan media baru sebagai media interaktif yang dapat diakses secara individu.

Media Sosial

Media Sosial atau yang disingkat sebagai medsos merupakan saluran atau sarana pergaulan sosial secara daring di dunia maya atau internet yang berfungsi sebagai jembatan komunikasi sosial di internet yang memungkinkan seseorang untuk berkomunikasi, berinteraksi, berbagi dan mempresentasikan dirinya secara virtual. Menurut Mulya (2018) disebutkan bahwa tujuan bermedia sosial di Indonesia ialah sebagai tempat berkomunikasi dan berbagai informasi serta mengpekspresikan diri dan mencitrakan diri. Menurut Nic DePaula dkk (dalam Nazilatul, 2022) membagi tipologi komunikasi media sosial pemerintah menjadi empat aspek yaitu menyediakan informasi, mencari umpan balik dari warga, berdialog dengan warga dan sebagai representasi diri di dunia maya.

Instagram

Instagram adalah platform media sosial berbagi foto dan video (Prajarini, 2020) yang penggunaannya tidak lepas dengan smartphone yang memiliki banyak fitur menarik dalam menunjang penyediaan informasi dan komunikasi. Saat ini Instagram memiliki banyak fitur yang menunjang komunikasi dan penyampaian informasi beberapa diantaranya adalah Instagram story yang memiliki banyak fitur didalamnya, video reels, highlight, live, leave a note dan Instagram analytics.

Keterbukaan Informasi Publik

Melalui Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik (2008) setiap lapisan elemen badan publik pemerintah mulai dari pemerintah pusat hingga pemerintah daerah (Provinsi dan Kabupaten/kota) memiliki kewajiban dalam memberikan informasi publik secara berkala, tahunan atau serta merta dalam memberikan informasi kepada masyarakat yang membutuhkan informasi, terkecuali informasi yang mendapatkan pengecualian sesuai undang-undang. Masyarakat juga dituntut dalam memanfaatkan informasi yang diperoleh secara bijak sesuai dengan peraturan undang-undang. Maka dalam perspektif keterbukaan informasi publik prinsip utama good governance mengacu pada akuntabilitas, transparansi dan partisipasi (Ricky, 2022)

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif metode studi kasus. Adapun penelitian ini menggunakan teori Teori kesempurnaan media (Media Richness Theory) oleh Richard L. Draf dan Robert. H. Lengel. Teori ini mengatakan terdapat empat kriteria untuk menilai kegunaan media yaitu, Kesegaran, keragaman isyarat, variasi Bahasa, dan sumber personal.

Hasil Penelitian

Kesegaran

Kesegaraan dapat dilihat dari penyampaian informasi secara berkala dan bagaimana umpan balik secara cepat. Pada penyampaian informasi secara berkala menjadi penting karena jika dalam proses komunikasi terjadi penundaan maka suatu topik atau isu tidak relevan lagi / basi. Menurut informan diketahui dalam Pemerintah Kota Samarinda memiliki tim pembuat konten yang dikelola oleh Diskominfo Kota Samarinda pada bidang Sarana Komunikasi dan Diseminasi. Hal ini menjadi penunjang agar informasi ke masyarakat dapat disampaikan secara berkala dan rutin. Dengan total informasi yang diposting tiap harinya sekitar 5-10 postingan. Pemkot Samarinda tidak memiliki waktu-waktu khusus dalam mempublikasikan informasi atau berita, sehingga informasi akan segera di publikasi ketika sudah siap, agar tidak kehilangan momentum. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara ditemukan kendala dalam penyajian konten secara berkala ini, yaitu konten informasi yang hanya didominasi oleh konten dokumentasi kegiatan pimpinan serta kendala lainnya adalah rata-rata likes Instagram yang masih rendah. Peneliti mengobservasi beberapa postingan yang memiliki jumlah like banyak adalah postingan yang sifatnya dibutuhkan masyarakat dan dekat dengan masyarakat. Indikator yang kedua dalam fokus kesegaran adalah terkait umpan balik (*feedback*) yang diberikan suatu media. Indikator umpan balik ini mejadi penting karena yang menjadi kekuatan dalam *new media* adalah bagaimana suatu media memungkinkan komunikasi dua arah, sehingga dapat dikatakan media baru sebagai media interaktif yang dapat diakses secara individu. Berdasarkan hasil wawancara peneliti, indikator umpan balik ini digunakan Pemerintah Kota Samarinda sebagai sarana monitoring opini, dan aspirasi masyarakat melalui direct message Instagram dengan rata-rata perbulan 20-30 laporan yang masuk melalui DM Instagram. Pemkot Samarinda belum memiliki SOP tindak lanjut untuk laporan pengaduan lewat medsos sehingga *feedback* yang diberikan kepada masyarakat memerlukan jangka waktu yang tidak sebentar. Peneliti juga menemukan beberapa aduan dan laporan yang ada melalui kolom komentar tidak ditanggapi dikarenakan khawatir terjadi miss persepsi dan blunder atas informasi yang ada Menurut informan pembanding informasi yang disediakan haruslah informasi yang yang mampu menjawab pertanyaan masyarakat terkait kebutuhan dan pelayanan mendasar di Kota Samarinda seperti Listrik air, Pendidikan, kelangkaan solar/gas, pelayanan Publik dan lai lain. Menurut peneliti Pemkot Samarinda sudah memenuhi indikator dalam penyediaan informasi yang rutin walaupun informasi yang ada dominasi oleh dokumentasi agenda bapak walikota dan wakil. Dalam umpan balik yang cepat menurut peneliti masih bisa dimaksimalkan dengan membuat SOP tindak lanjut dan membangun interaksi dengan pengikut Instagram Pemkot Samarinda.

Keragaman Isyarat

Dalam keragaman isyarat dalam Teori Kesempurnaan media membahas terkait kemampuan untuk mengkomunikasikan pesan melalui pendekatan yang berbeda-beda, seperti tubuh, bahasa, suara dan intonasi. Serta bagaimana kapasitas media dalam menghantarkan berbagai bentuk simbol, baik simbol verbal dan non verbal baik berupa audio atau visual. Berdasarkan hasil wawancara peneliti variasi konten Instagram Pemkot Samarinda terdiri atas postingan informasi dokumentasi kegiatan, informasi sosialisasi kebijakan, yang dikemas dalam bentuk postingan feed dan video, baik poster, infografis dan video reels. Ditemukan postingan masih didominasi oleh postingan visualgrafis dibandingkan postingan dalam jenis video. Untuk postingan video biasanya terkait dokumentasi kegiatan kegiatan besar, seperti pelantikan, penerimaan penghargaan atau upacara. Elemen visual Instagram @pemkot.samarinda dalam template Instagram pemkot Samarinda didominasi oleh warna hijau muda. Menurut hasil wawancara peneliti Instagram @pemkot.samarinda template yang ada sekarang digunakan sudah lebih dari satu tahun setengah, menurut pengamatan peneliti lebih baik jika templete Instagram Pemkot Samarinda mengganti tampilan postingan (template) secara berkala, terlebih dalam satu harinya Pemkot Samarinda mempublikasikan 5-8 postingan. Terlebih Berdasarkan hasil wawancara peneliti mendapatkan bahwa masih belum maksimalnya pemanfaatan fitur-fitur interaksi dalam pengelolaan Instagram Pemkot Samarinda. Seperti masih jarang penggunaan fitur-fitur yang berkaitan dengan interaksi dan partisipasi follower Pemkot Samarinda seperti questionbox, polling, emoji slider stickers, chat stickers dan product stickers. Hal ini dikarenakan keterbatasan sumber daya manusia sehingga belum ada admin yang benar benar fokus dalam pengelolaan media sosial Instagram. Ditemukan juga Instagram @pemkot.samarinda yang belum verified atau centang biru. Dikarenakan belum diajukan dan membutuhkan kesiapan SDM dalam mengelola.

Keragaman Isyarat

Variasi Bahasa Media berbicara terkait kemampuan penggunaan kata yang berbeda untuk meningkatkan pemahaman, yaitu dalam menyampaikan ide dan konsep melalui simbol Bahasa. Variasi Bahasa juga dilihat banyaknya makna yang dapat disampaikan melalui simbol bahasa yang digunakan semisal angka atau penggunaan bahasa asli Dalam Instagram Pemkot Samarinda Bahasa yang digunakan memiliki aturan tersendiri contohnya menggunakan bahasa baku, memberitakan informasi seuai fakta dan presisi, serta berusaha agar bahasa yang digunakan dimengerti oleh semua orang Informasi yang di sampaikan juga memperhatikan undang-undang ITE yang berlaku serta menghindari hal-hal yang menjurus pada SARA sehingga dapat meminimalisir perdebatan atau hal hal yang tidak diinginkan serta sebagai contoh baik penggunaan sosial media kepada para admin media sosial swasta dan masyarakat umum Kota Samarinda. Pembuatan konten infografis menjadi salah satu contoh dalam penerapan indikator variasi

bahasa pada Instagram @pemkot.samarinda. Infografis menjadi bentuk rangkuman informasi baik data angka atau bahasa dalam suatu topik, misalnya konten infografis data Covid-19 terkini atau informasi prosedur pembuangan sampah dalam Idul Adha

Sumber Personal

Sumber Personal pada teori kesempurnaan media menunjukkan bagaimana kemampuan media untuk menunjukkan perasaan dan emosi. ketika sebuah media menggabungkan perasaan pribadi dan emosi, pesan akan tersampaikan dengan baik. Dalam Instagram @pemkot.samarinda sumber personal yang dapat ditemukan adalah konten ucapan bela sungkawa dan ucapan hari-hari besar Dalam konten tersebut terlihat bahwa Pemkot Samarinda melalui media sosial Instagram mampu menunjukkan emosi bela sungkawa atau simpati pada suatu postingan. Setiap publikasi juga memperhatikan bagaimana kondisi dan perasaan audience contohnya dalam mempublikasi pejabat atau tokoh, dokumentasi yang akan dipublikasi akan melewati proses seleksi terlebih dahulu. Misalnya bagaimana hasil foto diambil dari angle yang baik, bagaimana memperhatikan dan menyesuaikan ekspresi wajah yang baik bagi objek foto, dan bagaimana menunjukkan dokumentasi yang humanis. Karena setiap postingan yang dipublikasi akan mengubah persepsi masyarakat baik langsung maupun tidak langsung. Maka hal-hal tadi menunjukkan bahwa media sosial Instagram Pemkot Samarinda mampu menunjukkan perasaan dan emosi, dan mampu mengubah persepsi masyarakat secara luas.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, media sosial Instagram @pemkot.samarinda dimanfaatkan sebagai media informasi Pemerintah Kota Samarinda kepada masyarakat dan menjadi media monitoring opini dan aspirasi masyarakat terhadap pemerintah Kota Samarinda. maka dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial Instagram Pemerintah Kota Semarang sebagai media komunikasi dan informasi dengan menggunakan fokus teori kesempurnaan media yaitu kesegaraan, variasi bahasa, keragaman isyarat, dan sumber personal. Pemerintah kota Samarinda, sudah menjalankan 4 kriteria tersebut namun dalam pelaksanaannya masih dapat dimaksimalkan kembali. Kesegaraan digambarkan Pemerintah kota Samarinda sudah secara rutin dan berkala dalam menyajikan konten informasi namun belum memiliki jadwal pembuatan konten diluar dari konten Humas Pemkot Samarinda agenda pak wali dan konten ucapan hari besar. serta belum memaksimalkan interaksi dengan pengikut untuk memperoleh umpan balik yang cepat. Dalam keragaman isyarat ditemukan beberapa Konten yang terdapat pada Instagram @pemkot.samarinda antara lain, dokumentasi kegiatan berupa foto dan video, infografis, ucapan hari besar dan bela sungkawa. Namun

Pemkot Samarinda belum memperhatikan peningkatan pengikut, status verifiel, rata-rata like, interaksi audience, dan pemaksimalan fitur-fitur interaksi di Instagram. Pada fokus variasi bahasa menggunakan bahasa sesuai pedoman umum ejaan bahasa Indonesia. Bahasa yang digunakan harus bersifat fakta, presisi, menghindari hal-hal yang menjerus pada SARA dan dimengerti oleh seluruh masyarakat. Sumber personal digambarkan Pemerintah Kota Samarinda memperhatikan setiap postingan yang dipublikasikan dengan menyeleksi tiap postingan yang dianggap tidak layak dikarenakan dapat mempengaruhi perasaan, emosi dan persepsi masyarakat digambarkan dari konten ucapan bela sungkawa dan hari-hari besar yang menunjukkan perasaan emosi dan simpati.

Saran

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian, peneliti memiliki saran agar Pemerintah kota Samarinda dalam pengelolaan Instagram Kota Samarinda lebih memaksimalkan kembali dalam monitoring media sosial Instagram. sehingga status verifed yang dapat diusahakan dan memaksimalkan penggunaan fitur-fitur untuk lebih menjangkau serta berinteraksi dengan masyarakat. Konten-konten yang ada bisa menginformasikan hal-hal mendasar yang dibutuhkan masyarakat Kota Samarinda. Perlu dibuatkan SOP tindak lanjut medsos agar laporan dan aduan yang masuk dapat terkoordinasi dengan baik dan cepat ditanggapi. Aduan atau laporan yang masuk juga dapat dijadikan konten informasi agar masyarakat yang lain dapat mengetahui informasi yang ada. Pemerintah kota Samarinda juga perlu mengalokasikan dana khusus untuk pengelolaan media sosial agar dapat dikelola dengan maksimal.

Daftar Pustaka

- Afrizal. (2017). Metode Penelitian Kualitatif. Rajawali Pers.
- Bappeda Samarinda. (2023). RKPD Kota Samarinda 2023.
- Cangara, H. (2008). Pengantar Ilmu Komunikasi. PT. RajaGrafindo Persada.
- Farmasi Unmul. (n.d.). About Samarinda. Seminar.Farmasi.Unmul.Ac.Id. <https://seminar.farmasi.unmul.ac.id/about-samarinda/>
- Fathadhika, S., & Afriani, -. (2018). Social Media Engagement Sebagai Mediator Antara Fear of Missing Out Dengan Kecanduan Media Sosial Pada Remaja. *Journal of Psychological Science and Profession*, 2(3), 208. <https://doi.org/10.24198/jpsp.v2i3.18741>
- Guniawan, I. (2023a). 10 Program Unggulan Walikota Samarinda. Bappedalitbang.Samarindakota.Go.Id. <https://bappedalitbang.samarindakota.go.id/laman/10-program-unggulan-walikota-samarinda>

- Guniawan, I. (2023b). Visi Misi Kota Samarinda. Bappedalitbang.Samarindakota.Go.Id. <https://bappedalitbang.samarindakota.go.id/laman/visi-dan-misi>
- Hanidah, N. S., Razak, R., & Parsono, S. (2022). Pengaruh Social Media Engagement Terhadap Reputasi Pt Kereta Api Indonesia. Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJ DPR), 1(1), 1. <https://doi.org/10.25124/ijdpr.v1i1.5030>
- Maharani, V. E., & Djuwita, A. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Pemerintah Kota Semarang. E-Proceeding of Management, 7(2), 4566–4574. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/13573/13098>
- Moleong, L. J. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif. PT Remaja Rosdakarya.
- Mughni, A. (2020). Aplikasi E-Government Menuju Good Governance. Sulselprov.Go.Id. <https://sulselprov.go.id/welcome/post/aplikasi-e-government-menuju-good-go>
- Nugroho, C. (2020). CYBER SOCIERTY Teknologi, Media Baru, dan distrupsi Informasi (pertama). KENCANA.
- nurudin. (2010). Sistem Komunikasi Indonesia. PT. RajaGrafindo Persada.
- Pace, R Wayne. Faules, D. F. (2015). KOMUNIKASI ORGANISASI Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan (D. Mulyana (ed.)). PT. Remaja Rosdakarya.
- Phlanx. (2023). Phlanx : Instagram Engagement Calculator. <https://phlanx.com/engagement-calculator>
- Prajarini, D. (2020). Media Sosial Periklanan - Instagram. CV BUDI UTAMA.
- Pratikto, R. G. (2017). Komunikasi Keluarga Dan Media Baru (Studi Kasus Pergeseran Pola Komunikasi Keluarga pada Masyarakat Urban di Jakarta). InterKomunika, 2(1), 28. <https://doi.org/10.33376/ik.v2i1.14>
- Prawiro, M. (2022). Pengertian Informasi: Definisi, Fungsi, Jenis, dan Contohnya. Maxmanroe.Com. <https://www.maxmanroe.com/vid/umum/pengertian-informasi.html>
- Ricky. (2022). Keterbukaan Informasi Publik Di Indonesia (Perspektif Akuntabilitas , Transparansi Dan Partisipasi) Public Information Disclosure in Indonesia (Accountability , Transparency and Participation Perspective). 12(2), 62–75.
- Roemana, joy. Mulya, N. (2018). MEDIA SOSIAL'ITA. PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Rohmadi, A. (2016). *Tips Produktif Ber-Social Media*. PT Elex Media Komputindo.
- Salafudin, M. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Pemerintah Kota Samarinda*. *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Pemerintah Kota Samarinda*.
- Sinambela, Ijan P. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Graha Ilmu.
- Social, we are. (2023). *THE CHANGING WORLD OF DIGITAL IN 2023*. Wearesocial.Com. <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- UU No.14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi. (2008). UU NO. 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik (p. 53).
- Vici, E. (2019). *PEMANFAATAN KEKAYAAN MEDIA SOSIAL OLEH MOJOK.CO*. Universitas Islam Negeri Suna Kalijaga.
-
-