



Efektivitas Instagram @Cerita_Asahan Dalam Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat Kisaran

Heny Anggreni Butar-Butar¹; Nursapia Harahap²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, UIN Sumatera Utara

¹heny0603213093@uinsu.ac.id, ²nursapiaharahap@uinsu.ac.id

Article Info

Submitted:

16-06-2025

Accepted:

21-06-2025

Published:

10-07-2025

ABSTRACT

This study aims to explore the effectiveness of the Instagram account @cerita_asahan in disseminating information to the Kisaran community. Using a descriptive qualitative approach with a case study method, data were collected through observation and in-depth interviews, then analyzed using the Miles and Huberman model. The findings show that @cerita_asahan is effective in delivering local information that is actual, relevant, and easy to understand. Its effectiveness is reflected in high user interaction, broad content reach, and direct impact on user behavior, such as increased awareness and community participation. Using the Uses and Effect theory, the study identifies cognitive, affective, and behavioral effects on followers. The account plays a key role as a trusted source of local digital information for the Kisaran community. However, challenges remain in maintaining the account's credibility, especially in verifying information. To build and retain public trust, official sources are included, and unverified content is carefully avoided.

Keywords: *Effectiveness; Instagram; Information Dissemination*

Vol 13 (No.1),

2025

Hal 36 - 46

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi efektivitas akun Instagram @cerita_asahan dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat Kisaran. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif dan metode studi kasus, data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara mendalam, serta dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @cerita_asahan efektif dalam menyampaikan informasi lokal yang aktual, relevan, dan mudah dipahami. Efektivitas ditunjukkan melalui tingginya interaksi, luasnya jangkauan konten, serta dampak langsung terhadap perilaku pengguna seperti meningkatnya kesadaran dan partisipasi dalam kegiatan masyarakat. Analisis menggunakan teori Uses and Effect mengungkap adanya efek kognitif, afektif, dan perilaku pada pengikut akun. Akun ini berperan penting sebagai sumber informasi digital lokal yang dipercaya masyarakat Kisaran. Tantangan yang dihadapi adalah menjaga kredibilitas akun, terutama dalam memverifikasi informasi. Upaya peningkatan kepercayaan dilakukan dengan mencantumkan sumber resmi dan mencegah penyebaran konten yang belum terverifikasi.

Kata Kunci: Efektivitas; Instagram; Penyebaran Informasi

PENDAHULUAN

Akun Instagram @cerita_asahan menjadi salah satu media sosial yang cukup dikenal oleh warga Kota Kisaran, Kabupaten Asahan. Kehadiran akun ini dimulai pada tahun 2015 dan kini memiliki lebih dari 115.000 pengikut. Pengelola akun berasal dari Kisaran dan memilih untuk tidak mengungkapkan identitas. Konten yang ditampilkan berisi informasi lokal yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Bentuk informasi mencakup berita kriminal, kecelakaan lalu lintas, peristiwa kebakaran, kegiatan sosial, lowongan kerja, promosi UMKM, dan pengumuman dari lembaga pemerintah. Seluruh informasi disampaikan dalam bentuk visual yang menarik melalui gambar, video singkat, dan desain grafis dengan gaya bahasa yang mudah dipahami. Akun ini berfungsi sebagai sumber informasi sekaligus wadah partisipatif bagi masyarakat. Pengguna dapat mengirimkan informasi, keluhan, atau pertanyaan melalui fitur pesan langsung dan kolom komentar.

Kebutuhan informasi lokal masyarakat Kota Kisaran meningkat seiring dengan perkembangan aktivitas ekonomi, pendidikan, keagamaan, dan sosial berkembang pesat. Perubahan sosial memunculkan kebutuhan terhadap sumber informasi yang cepat, akurat, dan terpercaya. Akun Instagram @cerita_asahan hadir sebagai media yang menjawab kebutuhan tersebut. Banyak masyarakat yang menjadikan akun ini sebagai sumber utama untuk mengetahui perkembangan di lingkungan sekitar. Informasi yang tersebar menjangkau masyarakat secara luas. Tingginya tingkat partisipasi masyarakat, banyaknya komentar, serta penyebaran ulang konten menunjukkan bahwa akun ini memiliki posisi strategis dalam membentuk opini publik lokal.

Efektivitas adalah elemen utama dalam mencapai target yang telah dirumuskan oleh suatu organisasi melalui serangkaian aktivitas atau program (Rosalina & Fariza, 2023). Suatu efektivitas dinilai efektif ketika hasil yang dicapai selaras dengan tujuan yang telah direncanakan. H. Emerson dalam Soewarno Handyaningrat yang dikutip oleh Daniarsyah (2019) mengartikan efektivitas sebagai ukuran sejauh mana tujuan yang telah ditetapkan berhasil dicapai. Georgopolous dan Tannenbaum dalam Grusky (1963) memandang efektivitas sebagai keberhasilan organisasi dalam meraih tujuan sekaligus mempertahankan eksistensinya selama proses pencapaian berlangsung (Daniel Setiawan, R. Madhakomala, Ucu Cahyana, 2022).

Efektivitas media sosial tidak dapat diukur hanya dari jumlah pengikut. Interaksi yang tampak belum tentu mencerminkan dampak sebenarnya. Efektivitas lebih berkaitan dengan seberapa jauh informasi yang disampaikan dapat diterima, dipahami, dan memberikan dampak nyata bagi masyarakat (Amarilia Shinta, 2021). Banyak informasi yang tersebar tetapi tidak memberikan pemahaman mendalam dan keakuratan yang dapat dipertanggungjawabkan. Fenomena ini menunjukkan pentingnya menilai kualitas penyampaian informasi, baik dari segi isi, bahasa, akurasi, maupun dampaknya terhadap audiens.

Instagram berfungsi sebagai aplikasi berbasis visual yang memberi ruang bagi pengguna untuk membagikan foto dan video. Sistem sosial di dalam platform ini memungkinkan pengguna mengikuti akun lain, memiliki pengikut, memberikan respons melalui pesan, suka, dan komentar (Rosyadi, 2019). Instagram berkembang menjadi saluran komunikasi efektif melalui fitur-fitur seperti unggahan harian, cerita, dan siaran langsung (Atmoko, 2012). Pengguna berasal dari berbagai usia, mulai dari muda hingga tua. Aktivitas di Instagram mencakup berbagi momen, membuat konten, hingga kepentingan komersial. Nama Instagram berasal dari kombinasi kata, “insta” yang berarti instan seperti kamera polaroid, dan “gram” yang mengacu pada telegram sebagai simbol pengiriman informasi secara cepat (Nurul Izzah, Sumaina Duku, 2023). Pemanfaatannya meluas ke sektor seperti pendidikan, pemerintahan, bisnis, dan sosial (Syifa Angraini, 2025).

Media sosial menjadi alat komunikasi yang sangat berpengaruh dalam kehidupan masyarakat. Perubahan gaya hidup mendorong masyarakat lebih memilih media sosial daripada media konvensional seperti televisi, radio, atau surat kabar. Instagram memiliki fitur yang mendukung penyebaran informasi secara cepat dan menarik (Arya Nugraha, Abdullah Karim, 2020). Informasi bisa diakses kapan pun dan di mana saja. Penyebaran informasi menjadi lebih luas dan tidak terbatas ruang. Setiap individu memiliki kebebasan untuk menyampaikan pendapat dan berbagi informasi kepada orang lain. Kondisi ini memberikan peluang besar bagi akun-akun lokal untuk menyampaikan pesan yang dibutuhkan masyarakat. Akun seperti @cerita_asahan memiliki posisi strategis dalam membentuk opini publik dan membangun kesadaran sosial. Informasi yang disampaikan memengaruhi cara masyarakat berpikir, bertindak, dan memandang suatu peristiwa.

Informasi adalah hasil dari pengolahan data yang dapat dipahami dan bermanfaat bagi penerima (Erwan Effendy, Elsa Adelia Siregar, Putri Chairina Fitri, 2023). Azha Susanto dalam “Sistem

Informasi Akutansi”, informasi merupakan bentuk akhir dari proses data yang memiliki makna (Susanto, 2013). Data yang telah diproses menjadi informasi dapat digunakan dalam pengambilan keputusan pada saat ini maupun di masa mendatang. Penyebaran informasi melalui media sosial berpotensi menimbulkan risiko, terutama penyebaran berita palsu (hoaks). Tidak semua masyarakat memiliki kemampuan untuk memverifikasi informasi yang diterima. Kesalahan dalam menerima informasi dapat memicu kesalahpahaman. Konflik sosial dapat muncul akibat informasi yang tidak valid. Al-Qur’an menegaskan pentingnya verifikasi informasi dalam Surah Al-Hujurat ayat 6:

“Hai orang-orang yang beriman, apabila ada seseorang yang tidak dapat dipercaya datang membawa sebuah informasi, maka periksalah terlebih dahulu kebenarannya. Jangan sampai kamu merugikan suatu kelompok karena bertindak tanpa mengetahui fakta yang sebenarnya, yang pada akhirnya membuatmu menyesal atas tindakan tersebut.” (Q.S. Al-Hujurat:6)

Ayat ini mengandung makna bahwa informasi yang salah dapat menimbulkan kerugian. Masyarakat harus memiliki kemampuan kritis dalam menerima dan menyebarkan informasi. Etika dalam menggunakan media sosial menjadi aspek penting. Informasi yang disampaikan harus mengandung kebenaran dan tidak menimbulkan keburukan. Masyarakat dituntut bijak dalam menyampaikan pendapat dan tidak membawa arus informasi yang menyesatkan.

Penelitian terhadap efektivitas akun media sosial lokal diperlukan dalam masyarakat digital. Akun Instagram @cerita_asahan perlu dinilai dari aspek fungsionalitas sebagai media informasi. Respons masyarakat terhadap informasi yang disampaikan harus ditelaah. Hasil penelitian diharapkan memberikan pemahaman mendalam mengenai peran media sosial dalam kehidupan masyarakat lokal. Penelitian ini menjadi dasar untuk pengembangan strategi komunikasi digital yang lebih tepat sasaran. Media sosial berpotensi memperkuat solidaritas, meningkatkan kesadaran, dan menyebarkan informasi yang bermanfaat. Evaluasi ini menjadi penting untuk memahami praktik komunikasi digital dalam konteks lokal.

Penelitian ini merujuk pada teori *Uses and Effect* yang menjelaskan bahwa pengguna media memiliki tujuan tertentu dalam mengakses media, dan pengalaman tersebut akan memberikan efek yang beragam tergantung pada isi, konteks, dan kebutuhan individu. Akun Instagram @cerita_asahan tidak hanya menjadi sumber pemenuhan kebutuhan informasi lokal

masyarakat Kisaran, tetapi juga membentuk dampak sosial berupa partisipasi publik, persepsi terhadap isu lokal, dan pengaruh terhadap opini masyarakat.

METODE PENELITIAN

Jenis pendekatan yang dipilih dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif guna menggali pemahaman seseorang tentang suatu objek penelitian (Khairunnisa, Awindya Wulandari, Dara Ayu Aulia Lekeisha, Novella Spania Putri Anggraeni, 2022). Pendekatan ini merujuk pada pendapat Lexy J. Moleong yang menegaskan bahwa penelitian kualitatif bertujuan mengkaji fenomena sebagaimana dialami subjek secara alami dengan fokus pada perilaku, persepsi, motivasi, serta tindakan (Prastowo, 2021). Metode yang digunakan adalah studi kasus karena penelitian hanya terfokus pada satu objek, yaitu akun Instagram @cerita_asahan sebagai media penyebaran informasi lokal. Lokasi pelaksanaan penelitian berada di Kota Kisaran, Kabupaten Asahan, dan berlangsung selama bulan April hingga Mei 2025. Subjek penelitian terdiri dari pengguna Instagram yang berdomisili di Kisaran dan aktif mengikuti akun tersebut. Teknik pemilihan partisipan mengacu pada *purposive sampling*, yang mengutamakan individu dengan kriteria tertentu. Peneliti berperan sebagai alat utama dalam pengumpulan data, dengan bantuan instrumen tambahan berupa panduan wawancara, lembar observasi, serta dokumentasi.

Strategi perolehan informasi dilakukan melalui tiga metode utama, yaitu observasi, wawancara mendalam, serta dokumentasi. Instrumen digunakan untuk memastikan proses pengumpulan informasi berjalan sistematis serta sesuai tujuan (Tanzeh, 2011). Pengamatan dilakukan secara langsung terhadap objek yang diteliti, dengan titik fokus pada akun @cerita_asahan meliputi frekuensi unggahan, pola penyajian konten, dan jenis informasi yang disajikan (Fathoni, 2006). Wawancara dimaknai sebagai percakapan verbal antara dua pihak yang bertujuan mendapatkan informasi (Mulyana, 2006). Menurut Esterberg, wawancara merupakan interaksi antarindividu yang bertujuan memperoleh pengetahuan, pandangan, atau persepsi mengenai suatu persoalan (Sugiyono, 2009). Proses wawancara dilakukan secara mendalam kepada pengguna aktif untuk menggali informasi, dampak terhadap pengetahuan serta tindakan, dan tingkat kepercayaan terhadap akun. Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data melalui sumber-sumber tertulis maupun visual seperti buku, laporan kegiatan, film, video, dan foto. Teknik ini digunakan dalam penelitian kualitatif sebagai pelengkap dari observasi dan wawancara. Data yang dikumpulkan memiliki keterkaitan dengan fokus penelitian. Informasi

yang diperoleh ditelaah secara mendalam untuk memperkuat keabsahan dan pembuktian terhadap peristiwa yang diteliti (Riduwan, 2009).

Analisis data adalah proses menguraikan permasalahan dalam data penelitian menjadi bagian yang lebih sederhana. Menurut Moleong, analisis data kualitatif dilakukan dengan menyusun data secara sistematis, mengelompokkan informasi ke dalam satuan yang dapat dikelola, mengidentifikasi pola, menemukan hal bermakna, serta menyajikan data agar dipahami dan dikomunikasikan kepada orang lain (Sandu Siyoto, 2015). Proses ini juga mencakup penafsiran atau pengolahan informasi yang telah diperoleh. Analisis dilakukan dengan menyusun kembali data secara sistematis berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penyusunan dilakukan sebelum data disajikan kepada pihak lain (Muhadjir, 2000). Model analisis yang digunakan mengacu pada pendekatan Miles dan Huberman yang mencakup tiga tahap utama, yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Keabsahan data merupakan proses pemeriksaan dan pengujian terhadap data yang telah diperoleh. Teknik yang diterapkan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber dan *member check* agar data yang diperoleh tetap valid, kredibel, dan mencerminkan kondisi nyata di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan lima informan yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*, yaitu pengguna Instagram yang berdomisili di Kisaran dan mengikuti akun Instagram @cerita_asahan, ditemukan bahwa akun ini efektif dalam menyebarkan informasi lokal di wilayah Kisaran.

Tabel 1. Survei Pengikut Instagram @cerita_asahan

Kode	Usia	Jenis Kelamin	Profesi	Lama Mengikuti Akun
I1	17	P	Pelajar SMA	1 Tahun
I2	19	L	Mahasiswa	1 Tahun
I3	21	P	Mahasiswa	8 Bulan
I4	22	L	Mahasiswa	1,5 Tahun
I5	36	L	Driver Gojek	2 Tahun

Sumber: Wawancara Peneliti (2025)

Efektivitas tersebut dianalisis berdasarkan tiga indikator utama media sosial, yaitu kualitas informasi, jangkauan dan interaksi (*engagement*), serta respons dan dampak terhadap masyarakat.

Kualitas Informasi

Informasi yang disampaikan oleh akun @cerita_asahan dianggap aktual, kontennya dinilai relevan, dan penyampaiannya mudah dipahami oleh para informan. I1 menyatakan, *“Kalau ada kecelakaan atau kebakaran, akun ini biasanya langsung posting, saya langsung tahu.”* Sementara I3 menambahkan, *“Gaya bahasanya santai dan gampang dimengerti.”* Terdapat masukan kritis dari I2 dan I6 terkait akurasi dan validitas sumber. I6 menyarankan, *“Harusnya ada verifikasi atau informasi dari pihak berwenang, jangan semua dikutip dari netizen saja.”* Hal ini menunjukkan bahwa meskipun penyampaian informasi sudah cepat dan mudah diakses, perlu ditingkatkan validitas dan rujukan sumber resmi.

Temuan ini memiliki kesamaan dengan penelitian (Diryo Suparto, 2021) tentang penggunaan Twitter dalam pelayanan publik di Kabupaten Pematang Jaya, yang menyoroti rendahnya kualitas konten sebagai salah satu hambatan efektivitas. Perbedaannya, penelitian ini menggunakan Instagram sebagai objek kajian dan menekankan pada penyebaran informasi komunitas di Kisaran.

Jangkauan dan Interaksi

Akun ini terbukti memiliki jangkauan luas dan menciptakan interaksi aktif dengan para pengikutnya. I4 menyebutkan, *“Saya lihat banyak teman saya repost kontennya. Jadi walaupun saya nggak buka IG, info itu tetap muncul.”* Sedangkan I5 menambahkan, *“Sering ada polling atau kuis. Jadi kami kayak diajak ngobrol, bukan cuma disuruh baca.”*

Kondisi ini sejalan dengan penelitian (Fauzi Solihin, Siti Awaliyah, 2021) yang menemukan bahwa media sosial Twitter cukup efektif menjangkau audiens karena sifatnya cepat dan interaktif. Meski platformnya berbeda, hasil serupa menunjukkan bahwa keterlibatan audiens sangat berpengaruh dalam efektivitas penyebaran informasi. Penelitian ini juga mendukung temuan (Afifah Subhah Nafsyah, Suci Rahayu Maulidiah, Azki Srirazki Nurlia, 2022) yang menilai bahwa konten hiburan dan interaktif, seperti polling dan kuis, mampu meningkatkan engagement audiens. Pada @cerita_asahan, pendekatan serupa diterapkan untuk memperkuat hubungan dua arah antara akun dan pengikutnya.

Respons dan Dampak terhadap Masyarakat

Konten akun @cerita_asahan diterima secara aktif. Informasi yang disampaikan memicu tindakan langsung dari pengikut. I1 mengungkapkan, “*Saya lihat ada foodcourt baru di lapangan parasamya, langsung penasaran dan pergi ke sana.*” I3 menambahkan, “*Saya jadi lebih hati-hati waktu lewat situ karena tahu ada pohon tumbang dari postingan akun itu.*” Hal ini menunjukkan dampak informasi terlihat nyata dalam perilaku masyarakat.

Temuan ini selaras dengan penelitian (Natasya Gathelea Millenitri Januatisa, Yunus Winoto, 2022). Akun Instagram @bogoreatery memengaruhi keputusan dan perilaku pengguna. Fokus penelitian ini lebih luas. Tidak terbatas pada promosi. Informasi mencakup keselamatan, layanan publik, dan edukasi. Penelitian (Fidha Syaumi Dwitania, 2022) meneliti penyebaran informasi Covid-19 oleh Diskominfo Kota Depok. Media sosial digunakan sebagai sarana penyampaian pesan publik yang mendesak dan informatif. Akun @cerita_asahan menunjukkan fungsi serupa tetapi konteks kontennya berbeda.

Instagram terbukti sebagai media komunikasi lokal yang efektif. Konten aktual. Penyajian bersifat interaktif. Dampak terhadap masyarakat terlihat nyata. Verifikasi sumber dan akurasi informasi masih menjadi tantangan. Kredibilitas akun ditentukan oleh kedua aspek tersebut.

Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan teori *Uses and Effect*, yang memiliki tiga indikator efek, yaitu efek kognitif, afektif, dan perilaku (Alvonco, 2014).

Efek Kognitif

Akun @cerita_asahan berperan sebagai sumber pengetahuan baru bagi masyarakat lokal. Konten yang mencakup peristiwa kecelakaan, kriminalitas, lowongan kerja, hingga kisah inspiratif membantu pengikut memperluas wawasan mereka tentang kehidupan di Kisaran. Temuan ini sesuai dengan penelitian (Natasya Gathelea Millenitri Januatisa, Yunus Winoto, 2022) tentang @bogoreatery, yang menunjukkan bahwa informasi lokal dapat membantu pengikut dalam mengambil keputusan.

Efek Afektif

Penyampaian informasi dengan gaya bahasa santai dan visual yang menarik membentuk kedekatan emosional dengan pengikut. Konten sosial, seperti kisah perjuangan warga dan kampanye bantuan, meningkatkan empati dan kesadaran sosial. Ini sejalan dengan temuan (Afifah Subhah Nafsyah, Suci Rahayu Maulidyah, Azki Srirazki Nurlia, 2022), bahwa konten yang

kolaboratif dan emosional mampu membangun keterikatan emosional antara audiens dan media.

Efek Perilaku

Temuan menunjukkan bahwa informasi dari @cerita_asahan berdampak pada tindakan nyata, seperti mengunjungi tempat yang dipromosikan, membeli produk UMKM, atau meningkatkan kewaspadaan. Hal ini menguatkan hasil penelitian (Fidha Syaumi Dwitania, 2022) bahwa media sosial dapat menjadi alat yang mendorong perubahan perilaku masyarakat, baik dalam konteks krisis maupun kehidupan sehari-hari.

Secara keseluruhan, akun @cerita_asahan menunjukkan efektivitas sebagai media informasi lokal berbasis komunitas. Akun ini tidak hanya menyebarkan informasi secara cepat dan mudah diakses, tetapi juga mendorong interaksi dua arah serta memberikan dampak nyata kepada pengikutnya. Namun demikian, peningkatan validitas dan verifikasi sumber informasi menjadi aspek penting yang perlu dibenahi agar akun ini lebih kredibel dan dapat diandalkan oleh masyarakat luas.

SIMPULAN

Akun Instagram @cerita_asahan berperan signifikan dalam menyebarkan informasi lokal kepada masyarakat Kisaran. Konten yang disajikan bersifat aktual, relevan, dan mudah dipahami. Informasi cepat diakses oleh pengikut. Akurasi dan validitas informasi masih menjadi perhatian. Akun ini memiliki jangkauan luas. Pengikut aktif membagikan ulang konten. Interaksi terjadi melalui fitur seperti polling dan kuis. Hubungan dua arah antara akun dan pengguna terbangun dengan baik. Informasi yang disampaikan memicu respons langsung dari masyarakat. Pengikut mengambil tindakan setelah menerima informasi. Dampak terlihat pada peningkatan kewaspadaan, keputusan kunjungan lokasi, dan dukungan terhadap UMKM. Efek kognitif terlihat dari peningkatan pengetahuan tentang kondisi sekitar. Efek afektif muncul melalui kedekatan emosional dan empati sosial. Efek perilaku tampak pada perubahan tindakan nyata di kehidupan sehari-hari. Akun @cerita_asahan efektif sebagai media informasi lokal berbasis komunitas. Informasi disampaikan secara cepat dan interaktif. Dampak terhadap masyarakat bersifat nyata. Validitas dan verifikasi sumber informasi perlu ditingkatkan untuk menjaga kredibilitas akun.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah Subhah Nafsyah, Suci Rahayu Maulidiah, Azki Srirazki Nurlia, W. P. A. (2022). Analisis Konten Media Sosial Instagram by.U sebagai Media Penyebaran Informasi & Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 1–11.
- Alvonco, J. (2014). *Practical Communication Skill*. PT. Elex Media Komputindo.
- Amarilia Shinta, K. Y. S. P. (2021). Efektivitas Media Sosial Instagram terhadap Personal Branding Bintang Emon pada Pengguna Instagram. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9.
- Arya Nugraha, Abdullah Karim, N. (2020). Analisis Fungsi Instagram sebagai Media Penyebar Informasi Kriminal di Kota Samarinda. *Journal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 1–15.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Media Kita.
- Daniel Setiawan, R. Madhakomala, Ucu Cahyana, S. (2022). *Model Strategi Meningkatkan Efektivitas Kemampuan Militer*. CV. Adanu Abimata.
- Diryo Suparto, A. H. (2021). Efektivitas Penggunaan Sosial Media Twitter Dalam Penyebaran Informasi Dalam Pelayanan Publik (Studi Kasus Kabupaten Pematang). *Indonesian Governance Journal*, 4(2), 161–172.
- Erwan Effendy, Elsa Adelia Siregar, Putri Chairina Fitri, I. A. S. D. (2023). Mengenal Sistem Informasi Manajemen Dakwah (Pengertian Sistem, Karakteristik Sistem). *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5(2).
- Fathoni, A. (2006). *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. PT. Rineka Cipta.
- Fauzi Solihin, Siti Awaliyah, dan A. M. A. S. (2021). Pemanfaatan Twitter sebagai Media Penyebaran Informasi oleh Dinas Komunikasi dan Informatika. *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 52–58.
- Fidha Syaumi Dwitania, A. P. (2022). Media Sosial sebagai Media Penyebaran Informasi Covid-19 oleh Diskominfo Kota Depok. *Jurnal Sains Terapan : Wahana Informasi Dan Alih Teknologi Pertanian*, 12, 1–20.
- Khairunnisa, Awindya Wulandari, Dara Ayu Aulia Lekeisha, Novella Spania Putri Anggraeni, Q. A. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Humas Digital dalam Menciptakan Interaksi dengan Followers di Instagram @bloomka_id. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10.
- Muhadjir, N. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rake Sarasin.
- Mulyana, D. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Natasya Gathelea Millenitri Januatisa, Yunus Winoto, U. L. S. K. (2022). Penyebaran Informasi Wisata Kuliner pada Instagram @Bogoreatery di Kota Bogor. *Journal of Library and Information Science*, 2(2), 123–136.
- Nurul Izzah, Sumaina Duku, A. Y. (2023). Efektivitas Penggunaan Instagram Dalam Membentuk Citra (Studi Pada Palembang Beatbox Family). *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3, 296–310.
- Prastowo, A. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Rancangan Penelitian*. Ar-Ruzz Media.
- Riduwan. (2009). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Alfabeta.
- Rosalina, I. F. (2023). THE INFLUENCE OF PERSONAL BRANDING ON THE BRAND IMAGE OF SECONDATE BEAUTY. *Communications*, 5(2), 536-555.
- Rosyadi, I. (2019). *Sobat Milenial*. Guepedia.

- Sandu Siyoto, M. A. S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Susanto, A. (2013). *Sistem Informasi Akuntansi*. Lingga Jaya.
- Syifa Anggraini, L. R. (2025). Peranan Instagram Lpm Dinamika Dalam Penyebaran Informasi Bagi Mahasiswa UINSU. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 5, 34–40.
- Tanzeh, A. (2011). *Metodologi Penelitian Praktis*. Pt Bina Ilmu.