



Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Informasi Jarak Jauh dalam Suatu Organisasi (Studi Kasus Acara Temu Teman Palembang)

Suryati*, Sri Hertimi, Rahma Sari

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana komunikasi informasi jarak jauh dalam organisasi, dengan studi kasus pada acara Temu Teman Palembang yang diselenggarakan oleh UKMK Artea UIN Raden Fatah Palembang. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan teori komunikasi organisasi Miles dan Huberman. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dengan panitia dan peserta, serta dokumentasi konten Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram berperan penting dalam memfasilitasi komunikasi antara panitia dan peserta yang terpisah secara geografis. Fitur seperti Feed, Stories, Highlight, dan Direct Message (DM) dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi jadwal, lokasi, tata tertib, dan dokumentasi acara. Namun, terdapat tantangan seperti ketidakaktifan sebagian peserta di Instagram, tingginya volume pesan di DM, dan tumpang tindih informasi. Untuk mengatasi hal ini, panitia menggunakan WhatsApp sebagai alternatif komunikasi dan mengoptimalkan fitur Highlight

Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Komunikasi Organisasi, Jarak Jauh, UKMK Artea

DOI:

<https://doi.org/10.53697/jkomitek.v5i1.2536>

*Correspondence: Suryati

Email: suryati_uin@radenfatah.ac.id

Received: 14-04-2025

Accepted: 28-05-2025

Published: 06-06-2025



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study aims to analyze the use of Instagram social media as a means of long-distance information communication in organizations, with a case study at the Temu Teman Palembang event organized by UKMK Artea UIN Raden Fatah Palembang. The research method used is descriptive qualitative with the Miles and Huberman organizational communication theory approach. Data were collected through observation, interviews with the committee and participants, and documentation of Instagram content. The results of the study indicate that Instagram plays an important role in facilitating communication between the committee and participants who are geographically separated. Features such as Feed, Stories, Highlight, and Direct Message (DM) are used to disseminate information on schedules, locations, rules, and event documentation. However, there are challenges such as the inactivity of some participants on Instagram, the high volume of messages in DM, and overlapping information. To overcome this, the committee used WhatsApp as an alternative communication and optimized the Highlight feature.

Keywords: Social Media, Instagram, Organizational Communication, Long Distance, UKMK Artea

Pendahuluan

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menjadikan internet sebagai alat komunikasi utama, yang mengubah masyarakat dari metode konvensional ke teknologi digital modern. Penggunaan internet yang meluas, terutama dengan telepon seluler dan munculnya telepon pintar, telah memperluas pilihan komunikasi melalui platform media sosial seperti Instagram Direct Message, WhatsApp, Messenger, email, Telegram, dan banyak lagi. Media sosial memungkinkan individu untuk berinteraksi dengan membuat, berbagi, bertukar, dan memodifikasi ide atau informasi melalui jaringan virtual. Media sosial berfungsi sebagai platform daring bagi pengguna untuk bersosialisasi, berkolaborasi, berkomunikasi, dan membentuk koneksi sosial, yang menyediakan alat interaksi yang berharga bagi masyarakat (Alzet et al., 2022:29).

Media sosial adalah platform yang memungkinkan orang berinteraksi dengan membuat, berbagi, dan bertukar informasi dan ide dalam jaringan dan komunitas virtual. Pertumbuhan ini didorong oleh akses internet yang lebih mudah, bahkan di daerah terpencil, dan biaya yang lebih terjangkau, yang mengarah pada peningkatan signifikan dalam penggunaan media sosial. Chris Brogan, dalam bukunya tahun 2011 *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*, mendefinisikan media sosial sebagai alat komunikasi dan kolaborasi yang memungkinkan interaksi yang sebelumnya tidak tersedia bagi publik, tidak seperti media tradisional seperti surat kabar, majalah, dan TV. Pesatnya perkembangan media sosial terkait erat dengan kemajuan di internet. Platform awal seperti Sixdegrees.com dan Blogger membantu membuka jalan bagi media sosial, dengan yang lain seperti Friendster (2002), LinkedIn dan MySpace (2003), Twitter (2006), Facebook (2004), dan Instagram (2010) mengikuti. Ketika akses internet menjadi lebih murah, tren bergeser ke platform berbasis video seperti YouTube dan TikTok.

Saat ini, media sosial telah menjadi sarana utama komunikasi dan berbagi informasi. Media sosial memungkinkan orang untuk mengakses informasi kapan saja dan di mana saja, sehingga menghilangkan batasan ruang dan waktu. Maraknya media sosial telah mengubah cara orang berkomunikasi secara signifikan, membuat interaksi menjadi lebih langsung dan meluas.

Sebuah studi oleh Data Reportal Institute dan We Are Social berjudul "Digital 2020: Indonesia" mengungkapkan bahwa hingga Januari 2020, terdapat 175,4 juta pengguna internet dan 160 juta pengguna media sosial di Indonesia, dengan rata-rata waktu penggunaan harian masing-masing 7 jam 59 menit dan 3 jam 26 menit. Hal ini menyoroti potensi organisasi untuk menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi yang efektif. Membangun komunikasi yang konstruktif melalui media sosial dapat membantu membangun kepercayaan dan citra positif bagi organisasi dengan menjangkau anggotanya dan menumbuhkan opini yang baik (Thaus, 2024).

Media sosial memungkinkan organisasi berinteraksi dengan anggota dan berbagi informasi lintas jarak. Bagi organisasi nirlaba, kelompok masyarakat, atau bisnis, media sosial menawarkan keuntungan untuk menjangkau khalayak luas tanpa hambatan geografis. Media sosial memungkinkan komunikasi langsung dan real-time, yang sangat

bermanfaat untuk koordinasi acara. Palembang Friends Gathering adalah contoh di mana media sosial memainkan peran penting dalam menghubungkan teman-teman dari berbagai kampus di Indonesia, membantu merencanakan, mengatur, dan mengelola kegiatan, sekaligus memfasilitasi pembaruan dan koordinasi.

Jarak merujuk pada pemisahan antara dua titik, objek, atau individu, baik dalam ruang, geografi, maupun waktu. Secara geografis, jarak dapat merujuk pada ruang antara dua kota, sedangkan dalam waktu, jarak dapat merujuk pada kesenjangan antara peristiwa. Jarak bukan hanya tentang ruang fisik, tetapi juga tentang kesenjangan waktu antara kejadian. Komunikasi jarak jauh, yang difasilitasi oleh teknologi seperti telepon, panggilan video, dan internet, memungkinkan orang untuk berinteraksi dan berbagi informasi meskipun berjauhan, mengatasi batasan geografis, dan menciptakan koneksi yang sebelumnya tidak mungkin.

Telepon memungkinkan orang untuk berkomunikasi lintas jarak, sementara internet meningkatkan komunikasi dengan memungkinkan tidak hanya panggilan suara, tetapi juga panggilan video, yang menghadirkan kedekatan emosional meskipun terpisah secara fisik. Internet juga mendukung berbagai metode komunikasi seperti email, pesan langsung, dan media sosial, yang memungkinkan berbagi informasi global dan kolaborasi secara real time. Teknologi ini telah menghapus batasan ruang dan waktu, mendorong dunia yang lebih terhubung dan memfasilitasi kolaborasi lintas negara dan benua. Di era digital saat ini, komunikasi jarak jauh sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, pekerjaan, pembelajaran, dan interaksi sosial.

Peran media sosial dalam komunikasi jarak jauh, khususnya dalam acara seperti Temu Teman Palembang, menimbulkan pertanyaan tentang efektivitasnya dan tantangan yang dihadapkannya. Peneliti bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana media sosial memfasilitasi komunikasi antara penyelenggara acara dan peserta yang terpisah oleh jarak, dan apakah ada masalah, seperti kelebihan informasi, kebingungan koordinasi, atau masalah privasi, yang muncul. Dengan menggunakan Metode Kualitatif dan Teori Komunikasi Organisasi, penelitian ini berupaya memahami bagaimana media sosial memengaruhi komunikasi organisasi dan membantu mencapai tujuan organisasi. Media sosial mempercepat pembagian informasi, memperluas jangkauan komunikasi, dan memperkuat hubungan organisasi, tetapi juga memperkenalkan tantangan potensial. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang bagaimana media sosial dapat diintegrasikan dengan lebih baik ke dalam strategi komunikasi organisasi, meningkatkan perannya dalam memperkuat citra organisasi dan meningkatkan kolaborasi meskipun jarak geografis.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan Instagram sebagai media komunikasi jarak jauh dalam suatu organisasi, khususnya dalam konteks acara kumpul-kumpul sahabat di Palembang. Penelitian ini akan menghasilkan data deskriptif berupa teks tertulis atau bahasa dari subjek yang diamati, yang menyajikan gambaran hasil temuan secara sistematis, faktual, dan akurat.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi aktivitas media sosial Instagram organisasi, wawancara semi-terstruktur dengan panitia dan peserta untuk menggali pengalaman serta pandangan terkait komunikasi, serta dokumentasi berupa foto dan materi pendukung selama kegiatan berlangsung. Penelitian dilakukan di Palembang tepatnya di Organisasi UKMK Artea UIN Raden Fatah Kampus A Palembang yang beralamat di Jl. Prof. K. H. Zainal Abidin Fikri No.Km.3, RW.05, Pahlawan, Kecamatan Kemuning, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30126. Fokusnya adalah mencermati media sosial Instagram sebagai alat komunikasi yang digunakan Organisasi UKMK Artea pada acara Temu Teman Palembang.

Hasil dan Pembahasan

Peneliti menganalisa latar belakang dengan teori yang digunakan, dan hasil temuan penelitian melalui observasi, wawancara dan dokumentasi yang dikaitkan pada teori komunikasi organisasi menurut Mies dan Huberman dalam Sugiyono sebagai teori yang digunakan dalam penelitian ini.

Analisis Latar Belakang dengan Teori Komunikasi Organisasi menurut Mies dan Huberman dalam Sugiyono

Dalam penelitian ini latar belakang menyoroti pentingnya media sosial dalam komunikasi jarak jauh di organisasi. Instagram dipilih sebagai platform utama karena kemampuannya dalam menyebarkan informasi secara cepat dan interaktif. Hal ini sejalan dengan konsep komunikasi organisasi, di mana penyebaran informasi yang efektif sangat menentukan keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai tujuannya.

Analisis Hasil Temuan dengan Model Miles dan Huberman

1. Pengumpulan Data:

Pengumpulan data adalah tahap awal dalam analisis data kualitatif. Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan data dari berbagai sumber, seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Menurut Miles dan Huberman, pengumpulan data dalam penelitian kualitatif bersifat interaktif dan terus-menerus hingga data mencapai titik jenuh. Peneliti mengumpulkan data melalui tiga metode utama:

- a. Observasi: Peneliti mengamati penggunaan Instagram oleh UKMK Artea selama persiapan dan pelaksanaan acara Temu Teman Palembang. Observasi dilakukan dengan melihat bagaimana panitia menggunakan fitur-fitur Instagram, seperti Feed, Stories, Highlight, dan Direct Message (DM), untuk menyebarkan informasi.

- b. Wawancara: Peneliti melakukan wawancara semi-terstruktur dengan panitia penyelenggara dan peserta acara. Wawancara ini bertujuan untuk menggali pengalaman dan persepsi mereka terkait penggunaan Instagram sebagai media komunikasi.
- c. Dokumentasi: Peneliti mengumpulkan bukti visual dan arsip digital, seperti tangkapan layar unggahan Instagram, interaksi di kolom komentar, dan pesan langsung (DM).

Menurut Miles dan Huberman, pengumpulan data dalam penelitian kualitatif harus dilakukan secara menyeluruh dan berkelanjutan. Peneliti mengumpulkan data dari berbagai sumber (observasi, wawancara, dan dokumentasi) untuk memastikan keakuratan dan validitas informasi. Proses pengumpulan data ini dilakukan secara interaktif, di mana peneliti terus mengumpulkan data hingga tidak ada informasi baru yang muncul.

2. Reduksi Data:

Reduksi data adalah proses menyederhanakan, memfokuskan, dan mengorganisir data yang telah dikumpulkan. Menurut Miles dan Huberman, reduksi data melibatkan pemilihan, pemusatan perhatian, dan penyederhanaan data kasar yang muncul dari catatan lapangan. Setelah data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, peneliti melakukan reduksi data dengan memfokuskan pada dua aspek utama, yaitu penggunaan Instagram sebagai sarana komunikasi informasi jarak jauh dan tantangan yang dihadapi oleh UKMK Artea. Peneliti mengelompokkan data ke dalam beberapa kategori, seperti:

- a. Informasi Jadwal Acara (INF-JAD): Data tentang pengumuman jadwal, rundown, dan perubahan jadwal.
- b. Informasi Lokasi Acara (INF-LOK): Data tentang peta lokasi dan tata tertib acara.
- c. Tantangan Peserta Tidak Aktif (TANT-AKT): Data tentang peserta yang tidak aktif di Instagram sehingga melewatkan informasi penting.
- d. Tantangan Direct Message (TANT-DM): Data tentang volume pesan di DM.

Peneliti melakukan reduksi data dengan memilih dan memfokuskan pada data yang relevan dengan pertanyaan penelitian. Proses ini membantu peneliti menyederhanakan data yang kompleks dan memfokuskan analisis pada tema-tema yang relevan.

3. Penyajian Data:

Setelah data direduksi, peneliti menyajikan data tersebut dalam bentuk tabel dan naratif untuk memudahkan analisis lebih lanjut. Berikut penyajian data yang telah direduksi:

Tabel 1. Hasil Reduksi Data

Kode	Kategori	Ringkasan Data
INF-JAD	Informasi Jadwal Acara	Panitia mengunggah jadwal acara melalui Feed dan Stories untuk memudahkan peserta.
INF-LOK	Informasi Lokasi Acara	Peta lokasi dan tata tertib acara diunggah melalui Instagram.

Kode	Kategori	Ringkasan Data
TANT-AKT	Tantangan Peserta tidak aktif	Beberapa peserta tidak aktif di Instagram, sehingga melewatkan informasi penting.
TANT-DM	Tantangan Direct Message	Volume pesan di DM yang cukup tinggi, membuat panitia kesulitan merespons dengan cepat.

Menurut Miles dan Huberman, penyajian data yang baik memungkinkan peneliti melihat pola dan hubungan antara data. Peneliti menyajikan data dalam bentuk tabel dan naratif untuk memudahkan analisis lebih lanjut. Penyajian data ini membantu peneliti mengidentifikasi pola dan temuan penting dari penelitian.

4. Penarikan Kesimpulan:

Berdasarkan data yang telah direduksi dan disajikan, peneliti menarik kesimpulan bahwa Instagram memainkan peran sentral dalam komunikasi organisasi acara Temu Teman Palembang. Temuan ini mendukung teori komunikasi organisasi yang menyatakan bahwa efektivitas penyampaian pesan dalam organisasi sangat bergantung pada alat komunikasi yang digunakan, serta menjadi media komunikasi yang efektif dalam penyelenggaraan acara Temu Teman Palembang. Namun, terdapat beberapa tantangan, seperti peserta yang tidak aktif di Instagram dan volume pesan yang tinggi di DM. Untuk mengatasi tantangan tersebut, panitia mengambil beberapa langkah strategis, seperti menggunakan WhatsApp sebagai alternatif komunikasi dan memanfaatkan fitur Highlight Instagram.

Hubungan dengan Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian ini memiliki keterkaitan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang membahas peran media sosial dalam komunikasi organisasi. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Luthfi Endi Zuniananta (2023) tentang penggunaan media sosial dalam perpustakaan menunjukkan bahwa media sosial dapat meningkatkan efektivitas komunikasi dan interaksi dengan pengguna. Penelitian tersebut sejalan dengan temuan dalam penelitian ini yang menunjukkan bahwa Instagram meningkatkan keterlibatan peserta dan mempercepat penyebaran informasi dalam organisasi.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Mulkan Habibi, dkk (2023) tentang pemanfaatan media sosial dalam organisasi Ikatan Pelajar Muhammadiyah menemukan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam membangun komunikasi organisasi yang efektif. Namun, penelitian ini juga menyoroti tantangan seperti kurangnya keterlibatan beberapa anggota dalam penggunaan media sosial, yang juga ditemukan dalam penelitian ini.

Temuan penelitian ini memperluas kajian terdahulu dengan mengeksplorasi bagaimana strategi komunikasi organisasi dapat ditingkatkan melalui optimalisasi fitur-fitur Instagram. Dalam konteks teori komunikasi organisasi Miles dan Huberman, hasil penelitian ini menguatkan pentingnya reduksi data dan penyajian informasi yang

sistematis untuk memastikan efektivitas penyampaian pesan dalam sebuah organisasi. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti bahwa meskipun media sosial sangat membantu dalam komunikasi jarak jauh, tetap diperlukan pendekatan multi-platform untuk mengatasi keterbatasan aksesibilitas bagi seluruh anggota organisasi.

Simpulan

Peneliti menyimpulkan bahwa Instagram memiliki peran yang sangat vital dalam memperlancar komunikasi antara panitia dan peserta, terutama ketika mereka tersebar di berbagai daerah geografis. Pemilihan Instagram sebagai media utama dalam menyampaikan informasi bukan hanya karena popularitasnya di kalangan generasi muda, tetapi juga karena kemampuannya dalam menjangkau banyak orang secara cepat dan interaktif. Dari hasil observasi dan dokumentasi, fitur-fitur seperti *Feed*, *Stories*, *Highlight*, dan *Direct Message (DM)* terbukti dimanfaatkan secara maksimal oleh panitia untuk menyampaikan informasi seputar acara mulai dari rundown kegiatan, lokasi, hingga dokumentasi sebelum dan sesudah acara berlangsung.

Dalam proses penelitian, peneliti juga menemukan bahwa penggunaan Instagram tidak hanya membantu mempercepat distribusi informasi, tetapi juga mampu membangun keterlibatan aktif peserta, baik melalui interaksi di komentar maupun pesan langsung. Namun demikian, tidak dapat dipungkiri bahwa penggunaan Instagram sebagai satu-satunya media komunikasi masih menghadapi tantangan, seperti adanya peserta yang kurang aktif di platform tersebut, serta kesulitan dalam memilah informasi penting akibat tumpang tindih unggahan di *Feed*. Berdasarkan temuan ini, peneliti mencatat bahwa strategi komunikasi yang efektif memerlukan adaptasi dan kombinasi media agar mampu menjawab kebutuhan seluruh peserta secara merata. Upaya panitia dalam melengkapi komunikasi lewat WhatsApp, memanfaatkan *Highlight* sebagai arsip informasi penting, serta mengadakan sesi interaktif melalui Instagram Live menunjukkan bahwa kolaborasi antar media dapat menjadi solusi praktis dan efisien.

Secara keseluruhan, peneliti menyimpulkan bahwa Instagram merupakan media komunikasi yang efektif dalam konteks organisasi dan kegiatan jarak jauh, selama penggunaannya dikelola secara sistematis dan sesuai dengan karakteristik audiens. Penelitian ini turut memperkuat pandangan bahwa dalam era digital saat ini, keberhasilan komunikasi organisasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan memilih dan mengelola media komunikasi yang tepat, yang tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga menciptakan ruang interaksi dua arah yang produktif.

Referensi

- Ariyanti, Nova, Marleni, dan Mega Prasrihamni. "Analisis Faktor Penghambat Membaca Permulaan Pada Siswa Kelas I Di SD Negeri 10 Palembang." *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 4, no. 4 (2022): 1450–55. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/5462>.
- Bonilla-Quijada, M. (2024). Fast fashion consumer engagement on Instagram: a case study. *Cogent Business and Management*, 11(1), ISSN 2331-1975, <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2322111>
- Brogan, Chris. *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2021.
- Budi, Budi, Ernita Arif, dan Elva Ronaning Roem. "Pemanfaatan Media Sosial" *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)* 3, no. 1 (2019): 34–44.
- Castillo-Abdul, B. (2022). Social media fostering happiness management: three luxury brands case study on Instagram. *Corporate Governance (Bingley)*, 22(3), 491-505, ISSN 1472-0701, <https://doi.org/10.1108/CG-05-2021-0201>
- Habibi, Mulkan, Lutfi Lutfi, R. Hiru Muhammad, Dissa Nur Adilla, dan Adetya Perdanaraya. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Organisasi Ikatan Pelajar Muhammadiyah Leuwiliang Bogor." *Literasi Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi* 3, no. 1 (2023): 334–44. <https://doi.org/10.58466/jurnalpengabdianmasyarakatdaninovasi.v3i1.1197>.
- Hidayat, Malik, Wiwik Pratiwi, dan Tikkos Sitanggang. "Komunikasi Dalam Organisasi." *KANGMAS: Karya Ilmiah Pengabdian Masyarakat* 4, no. 3 (2023): 113–16. <https://doi.org/10.37010/kangmas.v4i3.1342>.
- Lamartine, C. (2023). Communicating through Cyberfeminism: Communication Strategies for the Construction of the International Feminist Strike in Portugal. *Social Sciences*, 12(9), ISSN 2076-0760, <https://doi.org/10.3390/socsci12090473>
- López-Rodríguez, G. (2024). A Comparative Study of Military Communication on Instagram: A Research Note. *Armed Forces and Society*, 50(3), 810-826, ISSN 0095-327X, <https://doi.org/10.1177/0095327X221149419>
- Mohammad, S. (2024). Bridging the Gap: A Case Study of Utilizing Social Media to Accelerate Recovery and Structuring Disaster Management. *Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 14705, 154-172, ISSN 0302-9743, https://doi.org/10.1007/978-3-031-61312-8_11

- Muspawi, Mohamad, Salsabila Janati, Keiza Panjaitan, dan Julia Dwi Mawarni. "Menelaah Konsep-Konsep Dasar Organisasi." *AL-MUADDIB: Jurnal Kajian Ilmu Kependidikan* 5, no. 2 (2023): 154–67.
- Pandawangi, S. "Metodologi Penelitian." *Journal Information* 4 (2021): 1–5.
- Pratidina, Nabila Diva, dan Jane Mitha. "Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Interaksi Sosial Masyarakat: Studi Literatur." *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 23, no. 1 (2023): 810.
- Putra, Thaus Sugihilmi Arya. "Peran Media Sosial Dalam Membangun Citra Positif Organisasi." Rabu, 24 April 2024. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-kalbar/baca-artikel/16999/Peran-Media-Sosial-Dalam-Membangun-Citra-Positif-Organisasi.html>.
- Qian, S. (2024). Convergence or divergence? A cross-platform analysis of climate change visual content categories, features, and social media engagement on Twitter and Instagram. *Public Relations Review*, 50(2), ISSN 0363-8111, <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2024.102454>
- Quilez-Robres, A. (2023). Social Networks in Military Powers: Network and Sentiment Analysis during the COVID-19 Pandemic. *Computation*, 11(6), ISSN 2079-3197, <https://doi.org/10.3390/computation11060117>
- Rahmawati, Amalia Yunia. "Pengaruh Penggunaan Media Pembelajaran Tangga Pintar." *Jurnal Pendidikan dan Teknologi* 25, no. 1 (2020): 1–23.
- Rama, Alzet, Wakhinuddin Simatupang, Dedy Irfan, dan Mukhlidi Muskhir. "Konsep Media Sosial Dalam Pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)." *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* 7, no. 4 (2022): 725–29. <https://jurnal.iicet.org/index.php/jrti/article/view/2530>.
- Saavedra, G. (2024). Social Chief Executive Officers: Analysis of the Presence and Activity of CEOs in Social Media. *Palabra Clave*, 27(2), ISSN 0122-8285, <https://doi.org/10.5294/pacla.2024.27.2.8>
- Sörensen, I. (2023). Platforms matter: analyzing user engagement with social media content of Swiss higher education institutions. *Journal of Marketing for Higher Education*, ISSN 0884-1241, <https://doi.org/10.1080/08841241.2023.2289009>
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- Susanto, Dedi, Risnita, dan M. Syahrani Jailani. "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah." *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora* 1, no. 1 (2023): 53–61. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>.

Thaib, Erwin Jusuf. *Problematika Dakwah di Media Sosial*. Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2021.

Uricska, E. (2023). Trust is in the (linguistic) details: policing digilect as a communication practice. *Informacios Tarsadalom*, 23(2), 146-162, ISSN 1587-8694, <https://doi.org/10.22503/INFTARS.XXIII.2023.2.9>

Yusra, Zhahara, Rufran Zulkarnain, dan Sofino Sofino. "Pengelolaan LKP Pada Masa Pandemi Covid-19." *Journal Of Lifelong Learning* 4, no. 1 (2021): 15–22. <https://doi.org/10.33369/joll.4.1.15-22>.

Zuniananta, Luthfi Endi. "Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Informasi Di Perpustakaan." *Jurnal Ilmu Perpustakaan* 10, no. 4 (2021): 37–42.