



Peran Media Sosial dalam Membangun Komunitas Virtual (Studi Kasus pada Payungi Kampung Kreatif Kota Metro)

Gusti Berly Bestari¹⁾, M Denu Poyo²⁾, Noning Verawati³⁾

^{1,2,3)} Universitas Bandar Lampung

DOI:

<https://doi.org/10.53697/iso.v5i2.3839>

*Correspondence: Gusti Berly Bestari

Email: gusti.21713615@student.ubl.ac.id

Received: 04-10-2025

Accepted: 16-11-2025

Published: 28-12-2025



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

Abstrak: Media sosial telah menciptakan ruang interaktif baru yang memungkinkan terbentuknya komunitas virtual yang melampaui batas geografis, dengan ikatan yang dibangun melalui kesamaan minat, nilai, dan tujuan. Dinamika komunitas virtual menunjukkan bahwa pola komunikasi dan struktur percakapan merupakan faktor penting dalam memperkuat rasa memiliki dan kohesi sosial di ranah digital. Namun demikian, kajian mengenai peran media sosial dalam membangun komunitas virtual pada konteks lokal, khususnya pada Payungi Kampung Kreatif, masih tergolong terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran media sosial dalam membangun dan memperkuat komunitas virtual Payungi Kampung Kreatif di Kota Metro, sekaligus menelaah sejauh mana media sosial mampu menumbuhkan kebersamaan, memfasilitasi pertukaran gagasan, dan mendorong kolaborasi antaranggota komunitas. Media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi salah satu platform yang paling populer karena kemudahan dan fleksibilitasnya dalam menyajikan pesan melalui teks, gambar, dan video. Saat ini, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai platform berbagi foto, tetapi juga telah berkembang menjadi alat komunikasi visual yang membentuk pola interaksi pengguna

melalui fitur-fitur seperti feed, story, reel, dan siaran langsung. Melalui fitur-fitur tersebut, pengguna dapat membangun komunikasi yang lebih personal dan emosional sehingga membentuk gaya komunikasi yang khas. Gaya komunikasi, yang merujuk pada cara individu menyampaikan pesan dan mengekspresikan diri, memiliki peran strategis dalam membangun citra diri sekaligus meningkatkan keterlibatan audiens. Gaya komunikasi yang efektif mampu menarik perhatian, memperkuat ikatan emosional, dan mendorong interaksi yang lebih intens. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Validitas data diuji melalui triangulasi, member check, serta penggunaan dokumen pendukung. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Kata Kunci: Media Baru, Media Sosial, Komunitas Virtual, Instagram, Studi Kasus.

Abstract: Social media has created a new interactive space that allows for the formation of virtual communities that transcend geographical boundaries, with bonds built through shared interests, values, and goals. The dynamics of virtual communities demonstrate that communication patterns and conversation structures are crucial factors in strengthening a sense of belonging and social cohesion in the digital realm. However, studies on the role of social media in building virtual communities in the local context, particularly in the Payungi Kampung Kreatif (Creative Village), are still limited. This study aims to examine the role of social media in building and strengthening the Payungi Kampung Kreatif virtual community in Metro City, while also examining whether social media can foster togetherness, facilitate the exchange of ideas, and encourage collaboration among community members. Social media, particularly Instagram, has become one of the most popular platforms due to its ease and flexibility in presenting messages through text, images, and videos. Currently, Instagram functions not only as a photo-sharing platform but has also evolved into a visual communication tool that shapes user interaction patterns through features such as feeds, stories, reels, and live videos. Through these features, users can build more personal and emotional communications, thus developing a distinctive communication style. Communication style, which refers to how an individual conveys a message and expresses themselves, plays a strategic role in building self-image while increasing engagement with the audience. An effective communication style can attract attention, strengthen emotional bonds, and encourage intense interaction. Using a qualitative case study approach, this research employed data collection

techniques including observation, interviews, and documentation. Data validity was tested through triangulation, member checking, and the use of supporting documents. Data analysis was conducted through data reduction, data presentation, and conclusion drawing.

Keywords: *New Media, Social Media, Virtual Community, Instagram, Case Study.*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi besar dalam pola komunikasi masyarakat, khususnya melalui kehadiran media sosial. Media sosial tidak lagi berfungsi semata sebagai sarana komunikasi interpersonal, melainkan telah berkembang menjadi ruang sosial baru yang memungkinkan terbentuknya interaksi, relasi, dan komunitas yang melampaui batas geografis (Armaya et al., 2023). Pergeseran ini menandai perubahan paradigma komunikasi dari yang sebelumnya terikat pada ruang fisik menjadi berbasis jaringan digital yang bersifat fleksibel dan partisipatif (Ahmadin, 2022).

Di sisi lain, media sosial juga menghadirkan berbagai tantangan yang berdampak pada aspek psikologis, kognitif, dan sosial. Paparan berlebihan terhadap media sosial dapat memicu kecemasan, depresi, serta rendahnya harga diri akibat perbandingan sosial yang tidak realistis (Twenge & Campbell, 2019). Selain itu, algoritma personalisasi media sosial berpotensi memperkuat bias kognitif dan menciptakan echo chamber, sehingga pengguna cenderung hanya terpapar pada informasi yang sejalan dengan pandangan mereka sendiri (Pariser, 2011). Fenomena ini dapat berdampak pada menurunnya kualitas diskursus publik, meningkatnya penyebaran hoaks, serta melemahnya kohesi sosial (Kietzmann et al., 2011). Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial memerlukan pemahaman kritis agar dampak negatifnya dapat diminimalkan.

Dalam konteks tersebut, konsep komunitas virtual menjadi semakin relevan. Komunitas virtual dipahami sebagai bentuk interaksi sosial yang terbangun di ruang digital, di mana individu dengan kesamaan minat, nilai, dan tujuan dapat saling terhubung tanpa harus berbagi ruang fisik yang sama (Rheingold, 1993). Keberlangsungan komunitas virtual tidak hanya ditentukan oleh intensitas interaksi, tetapi juga oleh pola komunikasi, struktur percakapan, serta gaya komunikasi yang mampu membangun rasa memiliki dan kebersamaan di antara anggotanya (Weld et al., 2025).

Media sosial memainkan peran strategis dalam pembentukan dan penguatan komunitas virtual. Platform digital seperti Instagram menyediakan fitur interaktif yang memungkinkan komunikasi dua arah, kolaborasi, serta pertukaran informasi secara real time. Fitur-fitur seperti feed, story, reels, dan live menjadikan Instagram tidak hanya sebagai platform berbagi visual, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang membentuk pola interaksi dan keterlibatan pengguna (Boyd, 2010; Tessitore & Micheline, 2023). Interaktivitas ini berkontribusi pada penguatan ikatan emosional dan rasa memiliki dalam komunitas virtual (Calefato et al., 2022), sekaligus mendorong pola komunikasi yang lebih partisipatif (Obar & Oeldorf-Hirsch, 2023).

Dalam konteks lokal, Payungi Kampung Kreatif Kota Metro merupakan inisiatif berbasis komunitas yang mengintegrasikan aktivitas sosial, budaya, pendidikan, dan ekonomi kreatif. Keberadaan media sosial menjadi elemen penting dalam memperluas jangkauan aktivitas Payungi, tidak hanya sebagai sarana publikasi, tetapi juga sebagai

ruang interaksi yang memungkinkan terbentuknya komunitas virtual yang berkelanjutan. Media sosial memungkinkan Payungi menghubungkan ruang publik fisik, seperti Pasar Yosomulyo Pelangi, dengan ruang virtual, sehingga aktivitas lokal dapat memperoleh pengakuan dan partisipasi yang lebih luas (Castells, 2011).

Meskipun demikian, kajian akademik mengenai peran media sosial dalam membangun komunitas virtual pada konteks lokal, khususnya pada Payungi Kampung Kreatif Kota Metro, masih terbatas. Sebagian penelitian terdahulu lebih banyak menyoroti komunitas virtual dalam konteks hiburan atau komunikasi daring murni, tanpa mengaitkannya secara langsung dengan dinamika sosial dan ekonomi masyarakat lokal. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk memahami bagaimana media sosial berperan dalam membangun dan memperkuat komunitas virtual Payungi Kampung Kreatif, serta bagaimana media sosial dapat mendorong kebersamaan, pertukaran gagasan, dan kolaborasi antaranggota komunitas.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam peran media sosial dalam membangun komunitas virtual, khususnya pada Payungi Kampung Kreatif Kota Metro, melalui eksplorasi pengalaman, makna, serta pola interaksi yang terjadi di dalam komunitas tersebut. Studi kasus digunakan untuk mengkaji fenomena secara kontekstual dan komprehensif dalam situasi nyata, sehingga memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang utuh mengenai dinamika komunitas virtual yang diteliti.

Lokasi penelitian dilakukan di Payungi Kampung Kreatif Kota Metro, yang berpusat di kawasan Pasar Yosomulyo Pelangi. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada karakter Payungi sebagai komunitas kreatif berbasis masyarakat yang aktif memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, dalam mendukung aktivitas sosial, budaya, pendidikan, dan ekonomi kreatif. Penelitian dilaksanakan dalam rentang waktu yang telah ditentukan sesuai dengan perencanaan penelitian pada skripsi.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari lapangan melalui proses observasi dan wawancara mendalam dengan informan penelitian. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen pendukung, seperti arsip kegiatan komunitas, unggahan media sosial Payungi, foto, video, serta literatur yang relevan dengan topik penelitian.

Penentuan informan dilakukan secara purposive, yaitu dengan memilih informan yang dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung dalam aktivitas komunitas Payungi Kampung Kreatif serta pengelolaan media sosialnya. Informan meliputi pendiri atau pengelola komunitas, pengurus, serta anggota komunitas yang aktif berpartisipasi dalam kegiatan Payungi baik secara langsung maupun melalui media sosial.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung aktivitas komunitas Payungi serta interaksi yang berlangsung di media sosial. Wawancara mendalam dilakukan untuk menggali pandangan, pengalaman, dan pemaknaan informan terkait peran media

sosial dalam membangun komunitas virtual. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa foto, video, arsip kegiatan, serta konten media sosial yang relevan dengan fokus penelitian.

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menerapkan uji validitas melalui triangulasi sumber dan teknik, member check, serta penggunaan dokumen pendukung. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber dan teknik pengumpulan data guna memastikan konsistensi informasi. Member check dilakukan dengan mengonfirmasi kembali hasil wawancara dan temuan penelitian kepada informan agar sesuai dengan pengalaman dan pandangan mereka.

Analisis data dilakukan secara bertahap dengan mengikuti model analisis interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi, memfokuskan, dan menyederhanakan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif untuk memudahkan pemahaman terhadap temuan penelitian. Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan, yaitu merumuskan makna dan pola hubungan berdasarkan data yang telah dianalisis secara sistematis.

Hasil dan Pembahasan

Peran Media Sosial dalam Membangun Komunitas Virtual Payungi Kampung Kreatif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran sentral dalam membangun dan mempertahankan komunitas virtual Payungi Kampung Kreatif Kota Metro. Media sosial, khususnya Instagram, berfungsi sebagai ruang pertemuan digital yang memungkinkan terjadinya interaksi berkelanjutan antara pengelola komunitas, anggota, serta masyarakat luas yang memiliki ketertarikan terhadap aktivitas Payungi. Melalui media sosial, batasan ruang dan waktu dapat dilampaui, sehingga komunitas tidak hanya eksis secara fisik di Pasar Yosomulyo Pelangi, tetapi juga berkembang di ranah virtual.

Dalam perspektif Virtual Community Theory, media sosial berperan sebagai medium yang memfasilitasi terbentuknya relasi sosial dan jaringan personal di ruang digital. Interaksi yang terjadi melalui komentar, pesan langsung, serta fitur berbagi konten memungkinkan terbentuknya hubungan yang tidak sekadar informatif, tetapi juga emosional. Hal ini sejalan dengan pandangan Rheingold (1993) yang menekankan bahwa komunitas virtual terbentuk melalui interaksi daring yang berlangsung secara berkelanjutan dan melibatkan keterikatan emosional antaranggota.

Media Sosial sebagai Ruang Pertemuan Digital

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa Instagram dimanfaatkan Payungi sebagai ruang pertemuan digital yang menghubungkan berbagai aktor komunitas. Konten yang diunggah tidak hanya berfungsi sebagai media informasi kegiatan, tetapi juga sebagai sarana interaksi yang mendorong partisipasi audiens. Melalui unggahan visual dan narasi yang merepresentasikan nilai kebersamaan, kreativitas, dan gotong royong, Payungi membangun ruang diskusi dan keterlibatan yang aktif di media sosial.

Fitur-fitur Instagram seperti feed, story, reels, dan live memungkinkan komunikasi yang lebih dinamis dan interaktif. Aktivitas offline yang dilakukan oleh Payungi, seperti pesantren wirausaha, kegiatan sosial, dan gotong royong, direpresentasikan kembali dalam

bentuk konten digital. Representasi ini memperluas jangkauan komunitas sekaligus memperkuat eksistensi Payungi sebagai komunitas yang hidup di dua ruang, yaitu ruang fisik dan ruang virtual. Temuan ini menguatkan pandangan Castells (2011) bahwa ruang sosial masyarakat kontemporer semakin bergeser ke dalam jaringan digital.

Pembentukan Ikatan Sosial dan Modal Sosial

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam membangun ikatan sosial dan modal sosial di dalam komunitas Payungi. Interaksi yang berlangsung di media sosial tidak hanya bersifat transaksional, tetapi juga relasional. Anggota komunitas dan pengikut akun Payungi menunjukkan keterlibatan emosional melalui respons positif, komentar dukungan, serta partisipasi dalam kegiatan yang diinformasikan secara daring.

Ikatan sosial ini terbentuk melalui komunikasi yang konsisten dan gaya penyampaian pesan yang inklusif. Media sosial menjadi sarana untuk menumbuhkan rasa saling percaya, solidaritas, dan kebersamaan, yang merupakan elemen penting dalam keberlangsungan komunitas virtual. Dalam konteks ini, media sosial berfungsi sebagai infrastruktur sosial yang memperkuat kohesi komunitas, sebagaimana ditegaskan dalam Virtual Community Theory bahwa komunitas virtual dapat menghasilkan rasa memiliki meskipun tanpa kehadiran fisik.

Produksi dan Pertukaran Pengetahuan Bersama

Selain membangun relasi sosial, media sosial juga berperan sebagai ruang produksi dan pertukaran pengetahuan di dalam komunitas Payungi. Konten yang dibagikan tidak hanya berisi informasi kegiatan, tetapi juga nilai-nilai edukatif, inspirasi kewirausahaan, dan praktik sosial yang dapat ditiru oleh audiens. Media sosial memungkinkan terjadinya aliran informasi dua arah, di mana anggota komunitas tidak hanya menerima pesan, tetapi juga berkontribusi melalui komentar, diskusi, dan berbagi pengalaman.

Proses ini menunjukkan bahwa komunitas virtual Payungi tidak bersifat pasif, melainkan aktif dalam membangun pengetahuan kolektif. Pertukaran ide dan pengalaman yang berlangsung di media sosial memperkuat posisi Payungi sebagai komunitas kreatif yang berbasis pada kolaborasi dan pembelajaran bersama. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai ruang pembelajaran sosial yang berkelanjutan.

Konstruksi Identitas dan Sense of Belonging

Media sosial juga berperan dalam membangun identitas kolektif dan sense of belonging komunitas Payungi. Identitas komunitas dibentuk melalui representasi visual, narasi kegiatan, serta simbol-simbol kebersamaan yang secara konsisten ditampilkan di media sosial. Identitas ini tidak hanya dikenali oleh anggota internal, tetapi juga oleh masyarakat luas yang mengikuti aktivitas Payungi secara daring.

Rasa memiliki terhadap komunitas diperkuat melalui keterlibatan aktif anggota dalam interaksi digital. Partisipasi dalam diskusi, respons terhadap konten, serta keikutsertaan dalam kegiatan offline yang diinformasikan melalui media sosial menunjukkan bahwa media sosial mampu menjembatani keterikatan emosional antara

individu dan komunitas. Dalam hal ini, komunitas Payungi merepresentasikan model komunitas hibrid yang mengintegrasikan interaksi fisik dan virtual secara berkelanjutan.

Tantangan dalam Pengelolaan Komunitas Virtual

Meskipun media sosial memberikan banyak manfaat, hasil penelitian juga menunjukkan adanya sejumlah tantangan dalam pengelolaan komunitas virtual Payungi. Tantangan tersebut meliputi konsistensi pengelolaan konten, fluktuasi tingkat partisipasi anggota, serta keterbatasan sumber daya dalam mengelola interaksi digital secara optimal. Selain itu, tidak semua anggota komunitas memiliki tingkat literasi digital yang sama, sehingga memengaruhi intensitas dan kualitas partisipasi di media sosial.

Tantangan ini menunjukkan bahwa keberlangsungan komunitas virtual tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan platform digital, tetapi juga oleh kemampuan komunitas dalam mengelola komunikasi, membangun strategi konten, dan menjaga keterlibatan anggota secara berkelanjutan. Oleh karena itu, pengelolaan media sosial yang terencana dan partisipatif menjadi faktor penting dalam memperkuat komunitas virtual Payungi.

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, memiliki peran yang signifikan dalam membangun dan memperkuat komunitas virtual Payungi Kampung Kreatif Kota Metro. Media sosial berfungsi sebagai ruang interaksi digital yang memungkinkan komunitas Payungi melampaui batas ruang dan waktu, sehingga aktivitas yang berlangsung di ruang fisik dapat terus berlanjut dan berkembang di ruang virtual. Melalui pemanfaatan fitur-fitur Instagram, komunitas mampu membangun komunikasi yang berkelanjutan, interaktif, dan partisipatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berperan sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai medium pembentukan ikatan sosial, penguatan rasa memiliki, serta pembangunan identitas kolektif komunitas. Pola komunikasi dan gaya penyampaian pesan yang inklusif dan konsisten berkontribusi dalam menciptakan kohesi sosial di antara anggota komunitas dan pengikut media sosial Payungi. Interaksi yang terjadi di ruang digital memperkuat hubungan emosional serta mendorong keterlibatan aktif anggota dalam berbagai kegiatan komunitas.

Selain itu, media sosial berfungsi sebagai ruang produksi dan pertukaran pengetahuan bersama. Konten yang dibagikan melalui Instagram memungkinkan terjadinya pertukaran ide, nilai, dan pengalaman yang mendukung proses pembelajaran sosial dan kolaborasi antaranggota komunitas. Hal ini menunjukkan bahwa komunitas virtual Payungi bersifat dinamis dan berorientasi pada partisipasi, sejalan dengan konsep Virtual Community Theory yang menekankan pentingnya interaksi berkelanjutan dalam membangun komunitas digital.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya tantangan dalam pengelolaan komunitas virtual, seperti konsistensi pengelolaan konten, variasi tingkat partisipasi anggota, serta keterbatasan sumber daya dalam mengelola interaksi digital. Oleh karena itu, pengelolaan media sosial yang terencana, berkelanjutan, dan partisipatif menjadi faktor kunci dalam menjaga keberlangsungan dan efektivitas komunitas virtual Payungi Kampung Kreatif.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa media sosial memiliki potensi strategis dalam mendukung penguatan komunitas lokal melalui integrasi ruang fisik dan ruang virtual. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi kajian komunikasi digital dan komunitas virtual, serta menjadi rujukan praktis bagi komunitas kreatif berbasis masyarakat dalam memanfaatkan media sosial secara efektif dan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Ahmadin. (2022). Komunitas virtual dalam pembelajaran sosiologi. *Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Pembelajaran (JP3)*, 4(3), 63–68. <https://doi.org/10.31970/pendidikan.v4i3.477>
- Armaya, A. A., Yasmin, A. S., Agustina, D., & Nurbaiti. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pengembangan komunitas virtual. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(11). <https://doi.org/10.5281/zenodo.10393672>
- Baym, N. K., & Boyd, D. (2022). Socially mediated publicness: Rethinking digital community. *Journal of Communication*, 72(3), 320–339. <https://doi.org/10.1093/joc/jqac006>
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2021). The logic of connective action revisited. *Information, Communication & Society*, 24(9), 1245–1263. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1713849>
- Boyd, D. (2010). Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications. Dalam Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites* (hlm. 39–58). Routledge.
- Bucher, T., & Helmond, A. (2021). The affordances of social media platforms. *New Media & Society*, 23(2), 233–253. <https://doi.org/10.1177/1461444820912442>
- Calefato, F., Lanubile, F., & Novielli, N. (2022). Interactivity in social media and the sense of belonging in online communities. *Online Information Review*, 46(7), 1243–1260. <https://doi.org/10.1108/OIR>
- Castells, M. (2011). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2020). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(1), 1–17. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmz015>
- Hampton, K. N., & Wellman, B. (2022). Lost and saved... again: The moral panic about social media. *American Behavioral Scientist*, 66(9), 1305–1326. <https://doi.org/10.1177/00027642211003160>
- Hollebeek, L. D., Clark, M. K., Andreassen, T. W., Sigurdsson, V., & Smith, D. (2022). Customer engagement in digital communities. *Journal of Interactive Marketing*, 58, 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2021.10.002>
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251.

- Kietzmann, J. H., Paschen, J., & Treen, E. (2021). Artificial intelligence in advertising: How marketers can leverage AI. *Journal of Advertising Research*, 61(3), 263–267. <https://doi.org/10.2501/JAR-2021-033>
- Lomborg, S., & Kapsch, P. H. (2020). Decoding algorithms: Social media platforms as infrastructures of participation. *Media, Culture & Society*, 42(5), 745–761. <https://doi.org/10.1177/0163443719895301>
- Miller, D., Costa, E., Haynes, N., McDonald, T., Nicolescu, R., Sinanan, J., ... Wang, X. (2021). *The global social media impact study*. UCL Press.
- Obar, J. A., & Oeldorf-Hirsch, A. (2023). Social media and civic engagement revisited. *Journal of Communication*, 73(1), 1–18.
- Papacharissi, Z. (2021). The affective publics of digital storytelling. *Information, Communication & Society*, 24(2), 1–18. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1736120>
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin Press.
- Putnam, R. D., Chen, Y., & Cohen, T. (2020). Social capital and digital participation. *Social Science Quarterly*, 101(5), 1802–1820. <https://doi.org/10.1111/ssqu.12856>
- Rheingold, H. (1993). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. Addison-Wesley.
- Scolere, L., Pruchniewska, U., & Duffy, B. E. (2021). Constructing authenticity on social media. *Social Media + Society*, 7(1), 1–12. <https://doi.org/10.1177/2056305120984476>
- Tessitore, T., & Micheli, L. (2023). Visual communication and engagement on Instagram. *Journal of Business Research*, 154, 113351. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113351>
- Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2019). Media use and psychological well-being. *Journal of Adolescent Psychology*, 58, 1–18.
- Valenzuela, S., Halpern, D., & Katz, J. E. (2020). Social network sites and political participation. *Journal of Communication*, 70(2), 183–210. <https://doi.org/10.1093/joc/jqz042>
- Wellman, B., Quan-Haase, A., Boase, J., Chen, W., Hampton, K., Díaz, I., & Miyata, K. (2021). The networked nature of community. *Information, Communication & Society*, 24(12), 1731–1749. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1818538>