

Preferensi Konten Publik Eks-Keresidenan Kedu Dalam Menggunakan Media Sosial Sebagai Sarana Informasi

Deka Nailis Sa'ad^{*1}, Dhipangga Gilang Buana², Mutiara Syifa'ul Qolbi Asyamsyu³, Suci Ayu Stianingrum⁴, Syarah Nihayati⁵, Joko Tri Nugraha⁶

¹⁻⁶Ilmu Komunikasi, Universitas Tidar

¹deka.nailis.saad@students.untidar.ac.id, ²dhipangga.gilang.buana@students.untidar.ac.id,

³mutiara.syifa.qolbi.asyamsyu@students.untidar.ac.id, ⁴suci.ayu.stianingrum@students.untidar.ac.id,

⁵syarah.nihayati@students.untidar.ac.id, ⁶jokotrinugraha@untidar.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi publik eks-Keresidenan Kedu dalam menggunakan media sosial dan juga jenis konten sebagai sarana penyampaian informasi. Media sosial telah menjadi sarana komunikasi yang dominan di era digital. Studi ini mengkaji jenis konten yang akan memudahkan publik dalam mengakses informasi yang tersedia di media sosial. Metode yang digunakan adalah survei kuesioner terhadap 200 responden sebagai publik daerah eks-Keresidenan Kedu yang aktif dalam menggunakan media sosial, dilengkapi dengan analisis kualitatif untuk memahami pola penggunaan dan alasan preferensi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial seperti TikTok dan Instagram menjadi pilihan utama karena sifatnya yang *real-time* juga dengan adanya personalisasi preferensi konten oleh algoritma dari platform media yang digunakan. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan identifikasi pemahaman akan informasi yang paling mudah untuk dipahami oleh publik melalui platform media sosial yang tersedia.

Kata Kunci : Preferensi Publik, Media Sosial, Sarana Informasi, Personalisasi Konten

Abstract

This study aims to analyze the preferences of the public in the ex-Keresidenan Kedu in using social media and the types of content as a means of information medium. Social media has become the dominant communication tool in this digital era. This study examines the types of content that facilitate public access to information available on social media platforms. The method used is an questionnaire survey of 200 respondents from ex-Keresidenan Kedu who actively use social media, completed with qualitative analysis to understand usage patterns and the reasons for public preferences answers. The results indicate that social media platforms such as TikTok and Instagram are the preferred choices due to their real-time characteristic and the personalized content preferences controlled by the algorithms of those used platforms. The conclusion of this study emphasizes the identification of the most easily understandable information for the public through available social media platforms.

Keyword : Public's Preferences, Social Media, Information Medium, Personalized Content

1. PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi dalam bidang informasi serta komunikasi, khususnya penggunaan media sosial yang ikut mengalami transformasi dalam kemajuan era *industry* 4.0 (Rifandi & Irwansyah, 2021) telah membawa perubahan yang cukup signifikan kepada publik mengenai keefektivitasan cara memperoleh suatu informasi. Media sosial atau yang kerap disingkat sebagai 'medsos' merupakan sebuah media atau platform *online* yang dapat digunakan secara mudah, cepat, dan luas oleh para publik sebagai pengguna dalam berkomunikasi dengan maksud partisipasi untuk berbagi dan menciptakan isi meliputi *blog*, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia sosial yang dilakukan secara *virtual* atau maya (Awaliyah et al., 2021; Liedfray et al., 2022). Dewasa ini, platform media sosial telah menjadi pilihan publik melek digital sebagai suatu sarana utama berbagi informasi melalui pemanfaatan fasilitas berupa fitur-fitur yang tersedia yang berfungsi untuk menyebarkan atau menyampaikan suatu informasi (Zubaedi et al., 2021), baik itu digunakan oleh publik perseorangan, organisasi, atau bahkan digunakan oleh lembaga-lembaga resmi pemerintah. Menurut data keseluruhan dalam (Harahap & Adeni, 2020),

jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2020 berada di kisaran jumlah 160 juta orang, dengan melihat angka yang cukup tinggi ini yang dapat dimungkinkan juga dapat untuk meningkat maka hal ini dapat mengartikan bahwa penggunaan media sosial telah berkembang secara pesat di berbagai wilayah negara Indonesia, hal ini termasuk pada kawasan eks-Keresidenan Kedu, yang mencakup Kota Magelang, Kabupaten Magelang, Temanggung, Purworejo, Kebumen, dan Wonosobo.

Pada penelitian ini di mana mengambil konteks cakupan publik pada wilayah daerah eks-Keresidenan Kedu sebagai responden, melihat bahwa media sosial memiliki peran penting dalam penyampaian informasi kepada publik. Dikarenakan perkembangan teknologi digital yang sangat pesat menjadikan media sosial sebagai salah satu media yang sangat berpengaruh di era modern digital ini (Saputra & Fadhilah, 2021), hal ini juga membuat publik di daerah eks-Keresidenan Kedu semakin bergantung pada platform media sosial untuk mencari informasi yang aktual (Noventa et al., 2023), atau konten informasi yang sedang *trend*. Beragam informasi yang diperlukan oleh publik memiliki kaitan dengan jenis topik pada konten informasi yang relevan, seperti informasi sosial yang digunakan dalam melakukan komunikasi, hiburan sebagai alat rekreasi, hingga informasi yang terkait dengan politik dan pemerintahan. Dengan adanya keberagaman jenis konten informasi yang publik konsumsi ini, maka jenis konten yang publik daerah eks-Keresidenan Kedu preferensikan menarik untuk diteliti secara mendalam.

Preferensi suatu jenis konten oleh publik memiliki fungsi yang penting, dijelaskan dalam (Vidyana & Atnan, 2022) mengenai hal ini bahwa suatu jenis konten pada media sosial tertentu memiliki pengaruh akan bagaimana keefektifitasan serta keefisienan dari proses penyampaian informasi yang diterima oleh khalayak publik, khususnya pada daerah eks-Keresidenan Kedu. Istilah preferensi dalam bahasa Inggris '*preference*' yang berasal dari kata '*prefer*' memiliki arti kesukaan (minat) atau kecenderungan dari seseorang untuk memilih sesuatu (Amri, 2022). Preferensi jenis konten dapat membantu publik dalam memahami pola informasi yang diberikan. Meski telah banyak penelitian yang dilakukan mengenai penggunaan media sosial, namun penelitian mengenai preferensi jenis konten publik di wilayah eks-Keresidenan Kedu masih sangat terbatas. Adanya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami bagaimana kecenderungan publik di wilayah ini terhadap suatu jenis konten sesuai dengan minat dan kebutuhan akan informasi pada media sosial sebagai sarana komunikasi dan informasi utama publik eks-Keresidenan Kedu.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei (Orbawati et al., 2023) di mana responden sebagai sampel populasi yang diambil untuk menjadi sumber data peneliti adalah publik eks-Keresidenan Kedu sebagai responden yang menjadi pengguna aktif media sosial. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi preferensi platform media sosial yang paling sering digunakan oleh publik untuk mengakses informasi serta preferensi jenis konten untuk strategi penyampaian informasi melalui media sosial. Pendekatan survei yang peneliti gunakan adalah pengumpulan data yang dilakukan menggunakan kuesioner yang disebar kepada responden .

Teknik yang digunakan dalam mengambil sampel responden adalah *purposive sampling* (Wibawa et al., 2023). Di mana populasi yang diambil dalam penelitian ini berjumlah sekitar 4 juta orang. Ukuran sampel dalam penelitian ini ditentukan melalui teori Isaac & Michael dalam (Ridwan & Kuncoro, 2013, sebagai dikutip dalam Nazariah et al., 2022) dengan menggunakan *Margin of Error* sebesar 5%. Melalui rumus Isaac & Michael dalam penentuan ukuran sampel didapatkan responden sampel (n) sebanyak 200 orang dengan kriteria yang harus dipenuhi sebagai responden kuesioner adalah sebagai berikut:

- Responden merupakan publik yang berasal dari eks-Keresidenan Kedu (seperti, Kota Magelang, Kabupaten Magelang, Kabupaten Kebumen, Kabupaten Temanggung, Kabupaten Purworejo, dan Kabupaten Wonosobo),
- Responden aktif dalam bermedia sosial,
- Responden memahami pola tren jenis konten yang terjadi pada platform media sosial,

- d. Responden memiliki preferensi pribadi (baik yang diminati maupun yang kurang bahkan tidak diminati) terhadap suatu jenis konten yang ada pada media sosial.

Kemudian dari sampel data yang diperoleh dilakukan uji validitas melalui aplikasi SPSS dengan item yang telah diuji mendapatkan nilai probabilitas (Sig. (2-tailed)) <0,05 sehingga item (data) dapat dinyatakan valid (Syarifudin, Wawan & Choiruddin, 2021, sebagai dikutip dalam Wibawa et al., 2023). Untuk uji reliabilitas juga menggunakan aplikasi SPSS, menurut (Wasiman & Mauli Siagian, 2023) instrumen data dalam sampel penelitiannya dapat dinyatakan reliabel apabila nilai *Alfa Cronbach* lebih besar dari 0,6.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Status Pengguna Media Sosial (2024)

Status	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pelajar Menengah	67	33.5	33.5	33.5
Mahasiswa	114	57.0	57.0	90.5
Bekerja	14	7.0	7.0	97.5
Lainnya	5	2.5	2.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa pada posisi pertama status responden publik eks-Karisidenan Kedu sebagai pengguna media sosial pada tahun 2024 adalah para mahasiswa. Hal ini menyatakan bahwa status mahasiswa merupakan mayoritas status responden kuesioner, yakni sebanyak 114 responden (57%), dari total 200 responden. Kemudian, responden pelajar menengah (MTs/SMP/MA/SMA/K) berada di posisi kedua dengan jumlah 67 responden (33,5%). Selanjutnya, pada posisi ketiga diisi oleh responden yang berstatus bekerja, yaitu berjumlah 14 orang (7%) dan kategori status lainnya diisi oleh 5 responden (2,5%).

Tabel 2. Jenis Kelamin

Gender	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-Laki	41	20.5	20.5	20.5
Perempuan	159	79.5	79.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari total 200 orang sebagai responden kuesioner, mayoritas publik pengguna media sosial aktif di eks-Keresidenan Kedu adalah perempuan dengan jumlah sebanyak 159 orang (79.5%). Hal ini dapat membuktikan bahwa perempuan lebih sering untuk ikut aktif dalam menggunakan sosial media serta *aware* terhadap perkembangan model penyampaian informasi dan komunikasi digital. Selanjutnya, disusul oleh responden yang berjenis kelamin laki-laki, yaitu sebanyak 41 orang (20.5%).

Tabel 3. Waktu Penggunaan Media Sosial Publik (Jam/Hari)

Time Used (hour/day)	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< 5 jam/hari	41	20.5	20.5	20.5
≥ 5 jam/hari	159	79.5	79.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Dengan ketersediaan informasi yang lebih mudah dan cepat diperoleh dalam era digital ini, terutama melalui media elektronik seperti internet dan media sosial, membuat publik eks-Keresidenan Kedu cenderung untuk sering mengakses sosial media sebagai sumber informasi aktual yang sedang terjadi dapat untuk cepat diketahui. Melihat tabel di atas, ditunjukkan bahwa mayoritas dari responden,

yakni 159 orang (79.5%) telah menghabiskan waktu lebih dari atau sama dengan 5 jam per hari untuk mengakses media sosial, sementara hanya sebanyak 41 orang responden (20.5%) yang menggunakan waktunya kurang dari 5 jam per hari untuk mengakses media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat kecenderungan yang signifikan oleh responden sebagai publik terhadap penggunaan media sosial yang cukup tinggi.

Tabel 4. Media Sosial yang Paling Sering Digunakan

Most Used Apps	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Instagram	57	28.5	28.5	28.5
Twitter / X	36	18.0	18.0	46.5
TikTok	65	32.5	32.5	79.0
WhatsApp	32	16.0	16.0	95.0
Facebook	4	2.0	2.0	97.0
YouTube	4	2.0	2.0	99.0
Other	2	1.0	1.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Platform media sosial yang digunakan merupakan faktor utama sebagai alat berkomunikasi dan sarana penyampaian informasi oleh publik. Dari tabel di atas, dapat terlihat bahwa jawaban responden sebagai publik eks-Keresidenan Kedu sebagai pengguna media sosial atas platform TikTok dan Instagram lebih mendominasi. Di mana TikTok lebih dipilih oleh responden, yakni sebanyak 65 orang (32.5%). Kemudian diikuti oleh platform Instagram dengan 57 responden (28.5%), platform Twitter/X sebanyak 36 responden (18%), platform WhatsApp sebanyak 32 responden (16%), kemudian Facebook dan YouTube dengan kesamaan jumlah responden, yakni sebanyak 4 responden (2%). Untuk sisanya, yakni 2 orang responden (1%) lebih memilih untuk menggunakan platform media sosial lainnya. Seperti yang terlihat dalam diagram berikut ini.

Tabel 5. Intensitas Kemunculan Konten Berjenis Rekreasi pada Beranda Media Sosial

Intensity of Occurance	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Jarang Sekali	4	2.0	2.0	2.0
Jarang	24	12.0	12.0	14.0
Sering	102	51.0	51.0	65.0
Sangat Sering	70	35.0	35.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari 200 orang sebagai responden kuesioner, mayoritas publik eks-Keresidenan Kedu sebagai pengguna media sosial saat ini (2024) lebih sering melihat jenis konten rekreasi, seperti hiburan, kuliner, religi, olahraga, kecantikan dan *fashion*, hobi (*design*, otomotif, motor, *etc.*), dan lain sejenisnya di beranda platform dengan jumlah total responden mayoritas yang merasakan intensitas yang sering atas kemunculan konten berjenis rekreasi, yakni sebanyak 102 orang (51.0%) dengan respon intensitas sangat sering sebanyak 70 responden (35.0). Hal ini dikarenakan algoritma media sosial menyesuaikan bagaimana preferensi *interest* yang dimiliki oleh setiap pengguna media sosial, di mana sebagian besar responden merasakan jenis konten ini, maka dapat diartikan bahwa preferensi konten media sosial responden sebagai publik eks-Keresidenan Kedu adalah konten sejenis rekreasi. Meski intensitas kemunculan konten di beranda media sosial yang berjenis rekreasi tinggi, terdapat 14.5% persentase responden yang merasa bahwa jarang untuk kemunculan konten jenis ini, dengan banyak responden yang merasa jarang muncul sebanyak 24 orang (12%) serta jarang sekali muncul sebanyak 4 orang (2%).

Tabel 6. Intensitas Kemunculan Jenis Konten Kritis Serupa Berita pada Beranda Media Sosial

Intensity of Occurance	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Jarang Sekali	41	20.5	20.5	20.5
Jarang	120	60.0	60.0	80.5
Sering	25	12.5	12.5	93.0
Sangat Sering	14	7.0	7.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Tabel yang disajikan di atas menunjukkan bahwa hanya 39 responden dari jumlah total 200 responden yang merasakan intensitas kemunculan konten yang berjenis kritis serupa berita (seperti, politik - pemerintahan, pendidikan, dan bencana), dengan 25 orang responden (12.5%) merasakan intensitas yang sering dan 14 responden (7%) merasa intensitas kemunculan di *page platform* sangat sering. Dengan ini dapat diketahui jika preferensi serta tingkat untuk mengakses oleh public pada eks-Keresidenan Kedu atas konten jenis ini sangatlah minim. Dengan selisih antara responden yang merasakan dan yang tidak merasakan sebanyak 80.5%, dengan detail intensitas untuk jarang sekali muncul sebesar 41 orang (20.5%) serta jarang muncul dengan responden sebanyak 120 orang (60%).

Tabel 7. Tingkat Minat untuk Mencari Informasi yang Berkaitan dengan Preferensi Konten Berjenis Rekreasi

Level of Interest	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Minat	6	3.0	3.0	3.0
Tidak Minat	28	14.0	14.0	17.0
Minat	85	42.5	42.5	59.5
Sangat Minat	81	40.5	40.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Preferensi minat publik pada eks-Keresidenan Kedu terhadap media sosial membantu keefektifan dan keefisienan suatu konten media tertentu sebagai sarana penyampaian informasi, sehingga informasi yang ingin diberikan akan mudah untuk sampai kepada suatu publik sebagai target pemirsa atau juga dapat memudahkan publik untuk mencari suatu informasi yang diinginkan. Dari tabel yang disajikan, menunjukkan bahwa tingkat minat publik untuk mencari informasi pada suatu preferensi konten berjenis rekreasi, seperti hiburan (musik, *games*, seni, dll.), kuliner, religi, olahraga, kecantikan & *fashion*, hobi (*design*, otomotif, dll.) termasuk tinggi dengan perolehan responden yang minat sebanyak 85 orang (42.5%) serta sangat minat sebanyak 81 (40.5%). Meski perolehan minat pada konten rekreasi cukup tinggi, terdapat 34 responden kurang bahkan tidak memiliki preferensi yang sesuai dengan konten yang berjenis ini, yakni dengan 28 orang (14%) tidak minat dan 6 orang (3%) sangat tidak minat.

Tabel 8. Tingkat Minat untuk Mencari Informasi yang Berkaitan dengan Preferensi Jenis Konten Kritis Serupa Berita

Level of Interest	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Minat	29	14.5	14.5	14.5
Tidak Minat	129	64.5	64.5	79.0
Minat	26	13.0	13.0	92.0
Sangat Minat	16	8.0	8.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 200 responden, hanya terdapat 42 responden yang memiliki minat untuk mencari informasi dari jenis konten yang kritis serupa berita, seperti konten mengenai politik - pemerintahan, pendidikan, ekonomi, dan bencana. Dengan responden yang memiliki minat dengan konten ini sebanyak 26 orang (13%) serta sangat minat sebanyak 16 orang (8%). Hal ini mengartikan bahwa minat preferensi publik untuk mencari informasi kritis serupa berita cukup rendah. Berbanding terbalik dengan responden yang kurang bahkan tidak memiliki minat, sebanyak 129 orang (64.5%) tidak memiliki minat serta 29 orang lainnya (14.5%) sangat tidak minat terhadap jenis konten ini. Seperti yang dapat dilihat pada diagram berikut ini.

Tabel 9. Tingkat Kepahaman Publik Terhadap Informasi yang Dicari pada Suatu Preferensi Jenis Konten

Level of Understanding	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Paham	8	4.0	4.0	4.0
Tidak Paham	7	3.5	3.5	7.5
Paham	120	60.0	60.0	67.5
Sangat Paham	65	32.5	32.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Pemahaman publik dengan jenis informasi yang berdasar pada preferensi minat konten yang dicari sangatlah berpengaruh terhadap penyebaran informasi sehingga membuat publik lebih tertarik kepada informasi yang diberikan. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 120 responden (60.0%) serta 65 responden (32.5%) secara berurutan memiliki tingkat pemahaman yang baik dan sangat paham terhadap informasi yang dicari, di mana hal ini mengartikan bahwa informasi yang diberikan melalui jenis atau tipe konten sosial media tertentu telah relevan dengan yang mereka cari. Namun, masih terdapat 15 responden yang merasa kurang paham dengan hasil konten yang dicarinya, yakni dengan jumlah sangat tidak paham berjumlah 8 responden (4%) dan responden tidak paham sebanyak 7 orang (3.5%).

Tabel 10. Tingkat Kepuasan Publik Terhadap Informasi yang Diperoleh Melalui Konten yang Dipreferensikan

Level of Satisfaction	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Puas	5	2.5	2.5	2.5
Tidak Puas	18	9.0	9.0	11.5
Puas	113	56.5	56.5	68.0
Sangat Puas	64	32.0	32.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Kepuasan publik terhadap informasi yang diperoleh pada suatu jenis konten media sosial dapat memengaruhi keputusan dan *trust* publik akan pilihan untuk terus menggunakan media sosial sebagai sumber informasi. Dari tabel di atas, sebanyak 113 responden (56.5%) merasa puas dan 64 responden (32%) merasa sangat puas. Hal ini menunjukkan bahwa 88.5% publik sebagai pengguna media sosial merasa puas terhadap informasi yang diperoleh melalui preferensi konten tertentu. Namun, masih ada beberapa pengguna media sosial yang merasa tidak puas atas informasi yang diperolehnya, yakni sebanyak 18 responden (9%) serta sangat tidak puas dengan 5 responden (2.5%). Seperti diagram yang dapat dilihat berikut ini.

4. KESIMPULAN

Dari penelitian ini menunjukkan bahwa preferensi jenis konten publik dalam menggunakan media sosial memiliki keterkaitan sebagai sarana penyampaian informasi, di mana dari mayoritas responden

kuesioner, yakni publik eks-Keresidenan Kedu telah menghabiskan waktu 5 jam atau lebih per harinya dalam menggunakan media sosial sebagai kebutuhan akses informasi dan juga komunikasi. Dengan konten yang paling banyak dicari dan memiliki intensitas untuk sering muncul di beranda platform oleh public eks-Keresidenan Kedu sebagai pengguna aktif media sosial merupakan konten yang berjenis rekreasi, seperti hiburan (musik, *games*, seni, dll.), kuliner, religi, olahraga, kecantikan & *fashion*, hobi (*design*, otomotif, dll.).

Sedangkan untuk jenis konten kritis serupa berita didapati kurang diminati oleh publik. Sebagian besar responden telah memiliki tingkat pemahaman yang baik dan kepuasan yang tinggi mengenai informasi yang berdasar pada preferensi jenis konten pribadi responden. Meski begitu, terdapat sejumlah kecil responden yang merasa kurang paham dan kurang puas terhadap informasi yang didapatkan. Melalui penelitian ini dapat diketahui bahwa preferensi konten publik tersebut meng-*highlight* hubungan dan relevansi dari kepuasan *interest* publik akan informasi dalam suatu jenis konten yang hendak diberikan oleh kreator konten sehingga dapat diterima, dipahami oleh pemirsa publik dalam media sosial.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden dari daerah eks-Keresidenan Kedu (Kota Magelang, Kabupaten Magelang, Kabupaten Kebumen, Kabupaten Temanggung, Kabupaten Purworejo, serta Kabupaten Wonosobo) yang telah meluangkan waktu dan memberikan kontribusi berharga dalam proses pengumpulan data penelitian ini.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Amri, R. A. (2022). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah pada PT Bank NTB Syariah Kantor Cabang Pembantu Alas. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(9), 951-964.
- Awaliyah, C., Dewi, D. A., & Furnamasari, Y. F. (2021). Media Sosial Mempengaruhi Integrasi Bangsa. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 7869. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/2259>
- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi Di Indonesia. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 7(2), 13-23.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnalilmiahsociety/article/download/38118/34843/81259>
- Nazariah, Edward, & Indrawijaya, S. (2022). Pengaruh Kepemimpinan, Lingkungan Kerja, dan Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Perusahaan Umum Daerah (Perumda) Air Minum Tirta Muaro Jambi. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (JIMT)*, 3(5), 529-539. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i5>
- Noventa, C., Soraya, I., & Muntazah, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram BuddyKu Sebagai Sarana Informasi Terkini. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(3), 626-635. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1124>
- Orbawati, E. B., Nugraha, J. T., & Fadlurrahman, F. (2023). Mengukur Indeks Kepuasan Masyarakat (Studi Kasus Pelayanan SKCK dan SIM Pada Polres Kota Magelang). *Jurnal Pemerintahan Dan Politik*, 8(1), 36-41. <https://doi.org/10.36982/jpg.v8i1.2882>
- Rifandi, D. A., & Irwansyah, I. (2021). Perkembangan Media Sosial pada Humas Digital dalam Industri 4.0. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 7(2), 141-151. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v7i2.5376>
- Saputra, G. G., & Fadhilah. (2021). Pengaruh content marketing dan e-wom pada media sosial tiktok terhadap keputusan pembelian generasi z. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen Inovasi*, 17(3), 505-512. <http://eprints.untirta.ac.id/id/eprint/6920>

- Vidyana, A. N., & Atnan, N. (2022). Pengaruh Konten Edukasi Tiktok Terhadap Pengetahuan Mahasiswa: Sebuah Kajian Sosiologi Pendidikan. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 7131-7144. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3453>
- Wasiman, & Mauli Siagian. (2023). Analisis Organizational Citizenship Behavior (Ocb) Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Kantor Pos Di Kota Batam. *Postgraduate Management Journal*, 2(2), 73-80. <https://doi.org/10.36352/pmj.v2i2.500>
- Wibawa, Y. A., Wono, H. Y., & Hermawan, J. N. (2023). Preferensi Media Sosial Dalam Pemenuhan Informasi Studi Lanjut. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 7(2), 101-109. <https://journal.unpak.ac.id/index.php/apik/article/view/8596>
- Zubaedi, Z., Utomo, P., & Musofa, A. A. (2021). Perilaku Sosial Masyarakat Bengkulu terhadap Penggunaan Media Sosial sebagai Diseminasi Informasi, Bimbingan Pribadi-Sosial dan Deradikalisasi. *Indonesian Journal of Community Services*, 3(2), 193. <https://doi.org/10.30659/ijocs.3.2.193-202>