

Pemanfaatan Media Sosial Facebook dalam Penyebaran Informasi Transportasi ke Publik

The Utilization of Facebook Social Media in Dissemination of Transportation Information to the Public

Maudhy Satyadharma^{1*}, La Ode Elwan², Zulfikar Putra³

¹Dinas Perhubungan Provinsi Sulawesi Tenggara

² Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Halu Oleo

³ Universitas Sembilan Belas November Kolaka

maudhymaudhy@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

Riwayat

Diterima: 29
Oktober 2023
Direvisi: 25
November 2023
Disetujui: 30
November 2023

Kata Kunci

Media Sosial,
Komunikasi
Pembangunan,
Facebook,
Transportasi

Keywords

*Social Media,
Development
Communication,
Facebook,
Transportation*

ABSTRAK

Social media has now become one of the basic needs for society in fulfilling information. One of the information media that is often used is Facebook. This research focuses on the use of social media Facebook by the Indonesian Ministry of Transportation in disseminating information on transportation sector development to the public. The results of the research found that the Indonesian Ministry of Transportation's Social Media admin was optimal in utilizing Facebook social media as a means of public information with the finding of 1 content a day in the period August-October 2023. However, it was found that the level of public interaction on the Ministry of Transportation's Facebook Account was quite low with comments of visitors continues to show a decline in numbers. This is because people prefer other social media platforms, namely Instagram, which is also owned by the Indonesian Ministry of Transportation.

Abstrak

Media sosial saat ini sudah menjadi salah satu kebutuhan dasar bagi masyarakat dalam pemenuhan informasi. Salah satu media informasi yang sering digunakan adalah Facebook. Penelitian ini memfokuskan pada pemanfaatan media sosial Facebook oleh Kementerian Perhubungan RI dalam penyebarluasan informasi pembangunan sektor transportasi kepada masyarakat. Hasil penelitian menemukan bahwa admin Media Sosial Kemenhub RI sudah optimal dalam memanfaatkan media sosial Facebook sebagai sarana informasi publik dengan temuan 1 konten sehari dalam rentang periode Bulan Agustus-Oktober 2023. Namun demikian ditemukan bahwa tingkat interaksi masyarakat dalam Akun Facebook Kemenhub ini cukup rendah dimana komentar dari pengunjung terus menerus memperlihatkan penurunan jumlah. Hal ini disebabkan masyarakat lebih menyenangi platform media sosial lainnya yaitu Instagram yang juga dimiliki oleh Kemenhub RI.



Copyright (c) 2023 Maudhy Satyadharma, La Ode Elwan, Zulfikar Putra

1. Pendahuluan

Pesatnya perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi menjadikan internet sebagai media publikasi yang paling diminati oleh masyarakat saat ini. Internet menjadi sebuah alternatif pilihan yang tepat untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dengan mudah dan cepat. Media internet sudah menyebar luas ke segala lapisan masyarakat perkotaan sampai ke lapisan pedesaan (Fitriani & Yuni, 2017). Hal ini juga menguatkan pernyataan bahwa setiap orang membutuhkan informasi dalam menunjang segala aktifitas dan kegiatan mereka sehingga kebutuhan untuk mengakses informasi itu dirasakan menjadi suatu hal yang harus dipenuhi.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang terjadi pada pemerintahan menjadikan penyebaran informasi publik berusaha untuk mengendalikan informasi dengan berbagai cara, salah satunya dengan penggunaan media sosial untuk meningkatkan kualitas informasi kepada publik (Maharani, Erina, & Amalia, 2020).

Menurut (Nasullah & Ruli, 2015) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial juga merupakan bentuk partisipatif dari para penggunanya, yang di dalamnya pengguna dianggap kreatif sehingga dapat memberikan suatu komentar positif maupun negatif. Dalam media sosial, tiga bentuk yang merujuk

pada makna bersosial adalah pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*) dan kerjasama (*co operation*).

Sedangkan menurut (Sampurno, Kusumandyoko, & Isalam, 2020) menyebutkan, bahwa media sosial dimanfaatkan masyarakat sebagai guru yang mampu memberikan informasi kepada masyarakat dan menstimulasi informasi tersebut. Sementara penelitian yang dilakukan (Adrian & Sulistyorini, 2022) menyebutkan bahwa penggunaan media sosial dalam mencari informasi sudah ada sejak 2 tahun sebelum adanya pandemi Covid-19 sebesar (97,2%). Jika melihat dari segi penggunaannya, saat ini Indonesia memiliki penduduk sekitar 278.752.361 jiwa pada 25 april tahun 2022 (Giovany & Kaligis, 2022) angka ini akan terus meningkat seiring perkembangan zaman. Jumlah tersebut akan berpengaruh pada peningkatan penggunaan internet dan perangkat smartphone, karena saat ini teknologi internet sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat Indonesia. Bahkan aktivitas masyarakat dalam menggunakan internet banyak di habiskan untuk menggunakan media sosial.

Data Reportal pada tahun 2022, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191,4 juta orang pada Januari 2022. Angka tersebut meningkat 12,35% jika di bandingkan pada tahun sebelumnya sebanyak 170 juta orang. Dilihat dari tren penggunaannya, jumlah tersebut akan terus meningkat setiap tahunnya,

walaupun kenaikannya mengalami fluktuasi sejak tahun 2014-2022 (Prihatiningsih, 2017).

Jumlah pengguna media sosial di Indonesia pun semakin meningkat. Hal tersebut dapat dibuktikan oleh riset yang dilakukan perusahaan media We Are Social yang bekerja sama dengan Hootsuite, menyebut ada 150 juta pengguna media sosial di Indonesia (Pertiwi, 2019).

Pengguna berbagai media sosial melalui perangkat smartphone dapat mempermudah untuk mengakses informasi dan hiburan serta menambah pengetahuan yang diperlukan. Adanya media sosial menjadi tempat berinteraksi secara virtual dan membantu masyarakat dalam berkomunikasi tanpa mengenal ruang dan waktu (Hado, Mahdar, & Satyadharma, 2023).

Tidak dapat disangkal bahwa pada saat ini sosial media telah menjadi cara baru masyarakat dalam berkomunikasi. Hal ini berdampak pada berbagai sisi kehidupan masyarakat. Kehadiran media sosial telah membawa dampak yang sangat signifikan dalam cara melakukan komunikasi.

Saat ini sudah mulai banyak lembaga pemerintah yang memanfaatkan media sosial dalam rangka penyebaran informasi kepada masyarakat dimana diyakini dan dirasa bahwa dengan adanya media sosial mampu mendekatkan interaksi antara lembaga pemerintah dengan masyarakat, penyebaran informasi yang cepat, efisien, efektif dan berbiaya murah serta mendapat feedback dari masyarakat terkait kualitas layanan yang diberikan selama ini.

Penggunaan media sosial juga didorong dengan adanya pertimbangan yang diberikan oleh Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik dimana setiap lembaga pemerintah didorong untuk menggunakan media sebagai alat untuk penyebaran informasi kegiatan kepada masyarakat.

Peran media sosial yang dimiliki oleh instansi pemerintah sangat berguna dalam penyebaran informasi dan pengetahuan kepada masyarakat sebagaimana temuan penelitian oleh (Wirga, 2016), (Budiana, Sjoraida, Mariana, & Priyatna, 2016), (Khoiri, Fathrul, Palupi, & Rety, 2019), (Novianti & Evi, 2020), (Fauzi & Yuliati, 2021) dan (Wilantika & Wibisono, 2021).

Penggunaan sosial media oleh instansi di Pemerintahan Indonesia mulai digunakan sebagai upaya meningkatkan keterbukaan informasi kepada publik di Indonesia (Fitriani & Yuni, 2017). Bentuk dari upaya dalam memperdayakan media sosial telah dikeluarkan oleh Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Refomasi Administrasi Pemerintah RI tahun 2012 nomor 83 agar dapat diterapkan di seluruh instansi. Peraturan tersebut dibuat sebagai bentuk acuan atau peraturan dalam hal pemanfaatan media sosial di instansi pemerintah (Antoni, 2019).

Manfaat media sosial juga dalam keterkaitan menggali informasi dan pendapat masyarakat akan layanan yang telah diberikan oleh instansi publik juga dijelaskan oleh (Murphy, et al., 2014) dimana interaksi yang terbangun antara

masyarakat dengan instansi pemerintah melalui media sosial.

Penggunaan media sosial oleh instansi mempunyai tujuan yang jelas bagi instansi pemerintah yaitu selain membangun citra baik dan positif kepada masyarakat namun juga menjadi media sosial kepada masyarakat serta sarana komunikasi pembangunan bagi suatu instansi pemerintah (Surid, 2019), (Ramadhani & Prihantoro, 2020), (Syahpitra, Rohani, & Devianty, 2023).

Schram (Surid, 2019) menyatakan bahwa tugas suatu komunikasi dalam pembangunan nasional yaitu a) menyampaikan informasi tentang pembangunan nasional kepada masyarakat, b) memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mengambil bagian secara aktif dalam proses pembuatan keputusan dan kebijakan serta c) mendidik tenaga

kerja yang diperlukan dalam suatu pembangunan.

Kementerian Perhubungan Republik Indonesia sebagai Instansi Pemerintah yang memiliki tugas pokok dan fungsi dalam penyebaran informasi transportasi kepada masyarakat juga memiliki beberapa media sosial resmi seperti Instagram, Youtube, Twitter, Tiktok dan Fans Page Facebook. Penelitian ini ingin melihat pemanfaatan Akun Fans Page Facebook Kementerian Perhubungan (Kemenhub) RI sebagai salah satu media sosial resmi yang dimiliki dalam penyebaran segala informasi mengenai transportasi baik regulasi maupun kemajuan sektor transportasi di Indonesia dalam kaitan dengan berbagai aspek kehidupan manusia lainnya. Adapun akun fans page Facebook Kemehub RI bisa diakses melalui link <https://www.facebook.com/kemenhub151>



Gambar 1 Akun Fans Page Kemenhub

Dari Gambar 1 terlihat bahwa akun resmi Kemenhub ini sudah memiliki 171 ribu pengikut dimana informasi yang disampaikan terkait

transportasi diharapkan akan jauh lebih cepat, efektif dan efisien sampai kepada para pengikut akun FB Kemenhub RI ini.

2. Metode

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data primer diperoleh melalui observasi langsung terhadap akun media sosial milik Kementerian Perhubungan RI dengan menelaah konten yang dipublikasi dalam rentang Bulan Agustus-Oktober 2023. Kemudian untuk data sekunder menggunakan studi literatur berupa dokumen peraturan perundang-undangan, buku, jurnal hasil penelitian, dan media online. Menurut Usman dan Akbar menjelaskan bahwa dalam metode pendekatan kualitatif cenderung untuk menafsirkan makna terhadap interaksi maupun tingkah laku objek penelitian menurut perspektif

peneliti itu sendiri (Juanda, 2017). Kemudian metode studi kepustakaan atau studi literatur, menurut Nazir berpendapat bahwa metode ini sering digunakan untuk mencari data pendukung yang bertujuan untuk mengkaji seberapa terkait teori dengan fenomena yang ada (Juanda, 2017).

3. Hasil dan Pembahasan Gambaran Popularitas dan Interaksi Media Sosial

Dalam penggunaan media sosial, perlu beberapa hal yang diperhatikan yang bertujuan untuk mengidentifikasi dampak dari media yang diberikan tersebut sudah tersampaikan secara optimal atau belum, diantaranya adalah popularitas akun dan jumlah interaksi.

Tabel 1 Analisis Akun Facebook Kemenhub RI

No	Bulan	Jumlah Posting	Jumlah Suka Postingan	Jumlah Komentar Postingan
1	Agustus	39	889	303
2	September	43	1314	326
3	Oktober	24	2339	165

Sumber: Olah Data (2023)

Berdasarkan Tabel 1 di atas terlihat fluktuasi jumlah postingan dari Akun Facebook Kemenhub RI dari rentang periode Bulan Agustus – Oktober 2023 dimana ada peningkatan jumlah postingan di Bulan September yang berjumlah 43 buah dibandingkan di Bulan Agustus 2023 yang berjumlah 39, namun menurun di jumlah Oktober 2023 yang hanya 24 buah postingan. Namun demikian terjadi peningkatan jumlah pengunjung yang menyukai postingan sekalipun jumlah komentar terhadap

postingan yang dibuat oleh admin media sosial Kemenhub RI juga berfluktuasi selama bulan Agustus – Oktober 2023.

Data pada Tabel 1 tersebut memperlihatkan bahwa popularitas akun FB Kemenhub RI cenderung menurun dimana jumlah suka dan komentar pada tiap postingan yang dibuat tidak cenderung seragam. Hasil observasi yang dilakukan peneliti menemukan terkadang ada postingan yang sedikit mendapat jumlah likes dan sama sekali tidak menerima feedback dari masyarakat

berupa komentar. Hal ini memperlihatkan jumlah interaksi masyarakat terhadap Akun Media Sosial Facebook Kemenhub RI cenderung menurun yang disebabkan perpindahan kesukaan masyarakat dalam mengakses media sosial lain seperti Instagram, Twitter, Youtube dan Tiktok.

Hasil observasi pada Akun FB Kemenhub ini memperlihatkan bahwa interaksi dari netizen hanya optimal pada likes namun sangat kurang pada komentar yang berisi pendapat, opini dan curhat masyarakat terkait postingan yang disajikan. Hal ini memperlihatkan

trend bahwa masyarakat hari ini cenderung lebih tertarik pada postingan media sosial Instagram yang juga dimiliki oleh Kemenhub RI yang beralamat di: <https://www.instagram.com/kemenhub151>

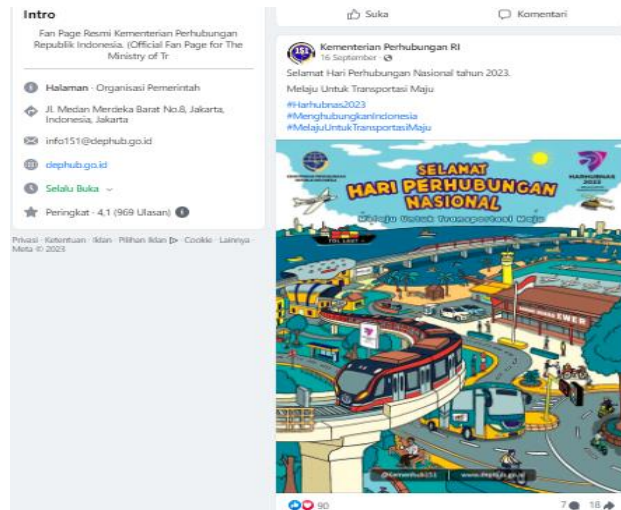


Gambar 2 Akun Instagram Kemenhub RI

Dari Gambar 2 memperlihatkan peningkatan dari followers pada Akun Instagram Kemenhub RI sehingga mampu dijadikan sumber informasi selain website resmi serta sosial media Facebook milik Kemenhub RI.

Akun FB Kemenhub RI konsisten memberikan informasi mengenai sektor transportasi

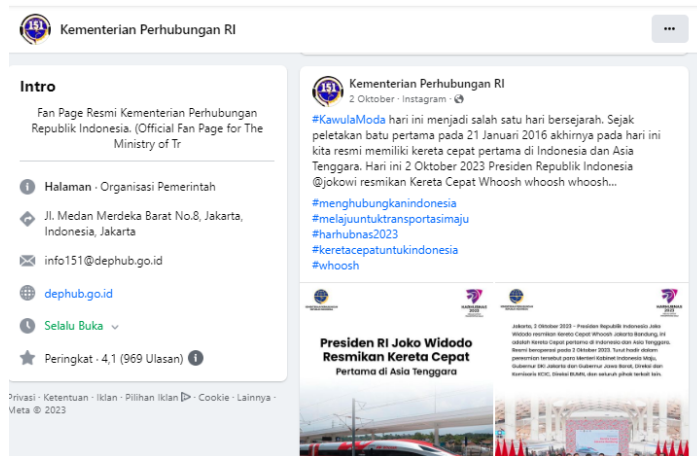
Akun Facebook (FB) sebagai salah satu media sosial Kemenhub berupaya untuk terus menerus menginformasikan terkait transportasi baik dari sisi regulasi, pembangunan infrastruktur dan dampak transportasi bagi sektor lain di Indonesia Hal itu bisa dilihat dari beberapa postingan yang akan diuraikan sebagai berikut.



Gambar 3 Postingan tanggal 16 September 2023

Dalam Gambar 3, Admin Akun Medsos Kemenhub RI menyajikan tampilan grafis terkait Hari Perhubungan Nasional (Harhubnas) yang jatuh setiap tanggal 17 September 2023. Dengan tampilan grafis yang sudah dibuat menarik

begini tentu diharapkan mampu memberikan pemahaman yang jauh lebih dimengerti akan makna Harhubnas Tahun 2023 yaitu **Melaju untuk Transportasi Maju.**



Gambar 4 Postingan tanggal 2 Oktober 2023

Gambar 4 ini menginformasikan salah satu hari bersejarah di sektor transportasi dimana Indonesia sudah resmi memiliki kapal cepat pertama yang diberi nama Whoosh oleh Presiden RI, Bapak Joko Widodo. Dalam informasi ini juga disebutkan bahwa

logo kereta cepat *Whoosh* adalah hasil sayembara yang telah diselenggarakan beberapa waktu yang lalu. Kata Whoosh merupakan singkatan dari Waktu hemat, Operasi Optimal, Sistem Hebat. Dengan adanya kereta cepat Whoosh ini tentu diharapkan

menjadi gambaran kepada publik bahwa sistem transportasi Indonesia hari ini sudah didorong untuk sejajar dengan sistem transportasi negara maju lainnya, dimana diharapkan dari kereta api Whoosh

ini diintegrasikan dengan moda transportasi lainnya termasuk diintegrasikan dengan Sistem *Transit Oriented Development* (TOD).



Gambar 5 Postingan tanggal 7 Oktober 2023

Gambar 5 ini menyajikan informasi mengenai Kereta Api Minangkabau Ekspres. Postingan ini termasuk postingan yang

mendapat banyak respons dari masyarakat dengan 304 likes dan 25 komentar terkait postingan ini.



Gambar 6 Postingan tanggal 8 Oktober 2023

Gambar 6 adalah postingan berisi kerjasama Antara Kemenhub RI dengan Institut Teknologi Sepuluh November (ITS) Surabaya dalam mendorong penelitian berbasis transportasi yang memberikan dampak langsung pada masyarakat.

Beberapa gambar terkait postingan yang diupload di Akun Facebook Kemenhub RI sudah memberikan gambaran bagaimana Kementerian Perhubungan mengelola dan memanfaatkan media sosial yang dimiliki termasuk akun Youtube dalam menyebarkan informasi terkait transportasi melalui konten berupa foto, video dan narasi sehingga mampu ditangkap dan dipahami oleh masyarakat luas (Surid, 2019).

Penyebaran informasi publik termasuk informasi sektor transportasi menjawab amanat Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik dimana mewajibkan kepada setiap badan publik dan instansi pemerintah untuk memberikan informasi publik kecuali informasi yang dianggap menjadi rahasia negara sebagaimana yang diatur dalam perundang-undangan. Beberapa tujuan dari diberlakukannya Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 yaitu: 1) menjamin hak warga negara dalam mengetahui rencana pembuatan kebijakan publik serta proses pengambilan keputusan publik dan alasan dalam pengambilan keputusan publik, 2) mendorong partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan kebijakan publik dan 3) meningkatkan peran aktif

masyarakat dalam pengambilan kebijakan publik dan pengelolaan badan publik yang baik.

Selain itu pemanfaatan media sosial oleh Kemenhub RI juga bagian dari suatu komunikasi pembangunan sebagaimana yang dikemukakan oleh Schram (Surid, 2019) bahwa tugas suatu komunikasi dalam pembangunan nasional yaitu a) menyampaikan informasi tentang pembangunan nasional kepada masyarakat, b) memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mengambil bagian secara aktif dalam proses pembuatan keputusan dan kebijakan serta c) mendidik tenaga kerja yang diperlukan dalam suatu pembangunan.

Implikasi dari penelitian ini adalah tentu diharapkan seluruh instansi Perhubungan dari tingkatan level dari Pemerintah Provinsi hingga Pemerintah Kabupaten/Kota juga dapat memanfaatkan secara optimal media sosial resmi yang dimiliki karena adanya media sosial dapat membantu peningkatan kualitas informasi yang diharapkan kepada publik (Maharani, Erina, & Amalia, 2020). Hal itu juga dikuatkan oleh (Sampurno, Kusumandyoko, & Islam, 2020) bahwa media sosial tentu akan berguna bagi masyarakat atau publik sebagai sarana informasi yang dibutuhkan. Media sosial yang dimiliki oleh instansi pemerintah tentu akan mendorong partisipasi masyarakat atau publik dimana diharapkan ada komentar positif maupun negative yang merupakan kritik kepada kinerja instansi tersebut.

4. Simpulan

Kementerian Perhubungan (Kemenhub) RI memiliki beberapa akun media sosial dalam menyebarkan informasi terkait transportasi. Salah satu akun media sosial yang dimiliki tersebut adalah Media Sosial Facebook. Admin Kemenhub RI sudah optimal dalam menginformasikan informasi terutama terkait Transportasi yang dilihat dari konsisten dalam mengupload 1 konten sehari dalam periode observasi yang dilakukan yaitu dari Bulan Agustus-Oktober 2023. Sekalipun demikian, tingkat interaksi masyarakat dalam Akun Facebook Kemenhub ini cukup rendah dimana komentar dari pengunjung terus menerus memperlihatkan penurunan jumlah. Hal ini disebabkan masyarakat lebih menyenangi platform media sosial lainnya yaitu Instagram yang juga dimiliki oleh Kemenhub RI.

Fenomena kehadiran platform media sosial sebagai konsekuensi dari perkembangan teknologi informasi dan teknologi memang sangat luar biasa dampaknya. Kehadirannya membuat perubahan dan perbedaan dalam cara berkomunikasi termasuk komunikasi pemerintahan dan pembangunan.

Media Sosial yang dimiliki oleh Kemenhub RI sebagai sarana komunikasi publik juga diharapkan akan mendorong optimalnya pengawasan publik terutama terkait dengan kebijakan dan implementasi pembangunan dikarenakan setiap anggota masyarakat berhak untuk mengetahui dan berpartisipasi dalam mengkritisi berbagai kebijakan publik khususnya di sektor transportasi yang mungkin dianggap

tidak relevan atau merugikan kepentingan masyarakat luas.

Penghargaan

Penghargaan kami ucapkan kepada Kepala Dinas Perhubungan Provinsi Sulawesi Tenggara, Bapak Muhamad Rajulan, ST.,M.Si yang terus menerus mendorong dan memotivasi staf untuk terus berinovasi dan berkarya dalam berkontribusi terhadap peningkatan kinerja instansi serta terwujudnya penyelenggaraan transportasi yang aman, nyaman, selamat dan berkelanjutan di wilayah Provinsi Sulawesi Tenggara.

Daftar Pustaka

- Adrian, A., & Sulistyorini, S. (2022). Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Selama pandemi Covid-19. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan, 10*(1), 63-70.
- Antoni, R. (2019). Strategi Komunikasi Humas Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram Dalam meningkatkan Citra Pemerintah Kota Bandung. *unikim.ac.id*. Diambil kembali dari <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1568/>
- Budiana, R., Sjoraida, F., Mariana, D., & Priyatna, C. (2016). Culture and Media Studies The use of Social Media by Bandung City Government in Increasing Public Participation. *Proceeding of the 3rd Confrence on Communication*, 63-70.

- Fauzi, M., & Yuliati, N. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Upaya Edukasi Pencegahan Penyebaran Covid-19. *Jurnal Riset Public Relations*, 1(1), 148-155.
- Fitriani, & Yuni. (2017). Analisis Pemanfaatan Berbagai media Sosial Sebagai sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat. *Paradigma*, 19(2).
- Giovany, A., & Kaligis, R. (2022). Pengaruh Terpaan Berita Vaksin Covid-19 di Kompas.com terhadap Persepsi Vaksinasi di Kalangan Generasi Z. *Jurnal Publish (Basic and Applied Research Publication on Communications)*, 1(1), 1-9.
- Hado, Mahdar, & Satyadharma, M. (2023). Analisis Pesan Rendahnya Kesadaran Berlalu Lintas Pada kanal Youtube Laeku. *Medialog Jurnal Ilmu Komunikasi*, VII(II).
- Juanda, H. (2017). Media Sosial Sebagai Penyebarluasan Informasi Pemerintah aceh. *Jurnal Peurawi*, 1(1).
- Khoiri, Fathrul, A., Palupi, & Rety. (2019). Pemanfaatan Media sosial Kotamadya Jakarta Utara Sebagai Media Publikasi Kepada Publik Eksternal. *Syantax Idea*, 1(6).
- Maharani, Erina, V., & Amalia, D. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Pemerintah Kota Semarang. *e-Proceeding of Management*, 7(2), 4566.
- Murphy, J., Link, M., Childs, J. H., Tesfaye, C. L., Dean, E., Stern, M., . . . Harwood, P. (2014). Social media in Public Opinion Research: Executive Summary of the AAPOR task force on emerging technologies in public opinion research. *Public Opinion Quarterly*, 78(4), 788-794. doi:<https://doi.org/10.1093/poq/nfu053>
- Nasullah, & Ruli. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sositeknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Novianti, & Evi. (2020). Pemanfaatan Media sosial dalam Penyebaran Infomrasi Program Pemerintah (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran). *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran islam*, 11(1), 48-59.
- Pertiwi, W. (2019). Facebook Jadi Medsos paling Digemari di Indonesia. *Kompas.com*. Diambil kembali dari <https://tekno.kompas.com/read/2019/02/05/11080097/facebook-jadi-medsos-paling-digemari-di-Indonesia>
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja. *Jurnal Communication*, VII(I).
- Ramadhani, R., & Prihantoro, E. (2020). Development Communication Startegy by Bojonegoro District Goverment on applying Nawacita and Sustainable development Goals. *Jurnal*

- komunikasi Pembangunan*, 18(2), 117-129.
doi:<https://doi.org/10.46937/18202028913>
- Sampurno, M., Kusumandyoko, T., & Isalam, M. (2020). Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat dan Pandemic Covid 19. *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar'i*, 7(5), 529-542.
- Surid. (2019). Pemanfaatan Media Komunikasi dan Informasi dalam Perwujudan Pembangunan Nasional. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(2), 177-187.
doi:<https://doi.org/10.46937/17201926848>
- Syahpitra, B., Rohani, L., & Devianty, R. (2023). Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Komunikasi Pembangunan di Kota Medan. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi dan Pendidikan*, 2(3), 1047-1054.
doi:<https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i3.720>
- Undang-Undang. (2018). Undang-Undang Nomor: 14 Tahun 2018 tentang Keterbukaan Informasi Publik.
- Wilantika, N., & Wibisono, S. B. (2021). Evaluating the quality of public services through social media. *Asian Journal for Public Opinion Research*, 9(3), 240-265.
doi:<https://doi.org/10.15206/ajpor.2021.9.3.240>
- Wirga, E. (2016). Analisis Konten Pada Media sosial Video Youtube Untuk Mendukung Strategi Kampanye Politik. *Jurnal Ilmiah Informatika dan Komputer*, 21(1), 14-26.