

Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sehatsurabayaku Sebagai Media Informasi Vaksinasi Covid-19 Masyarakat Kota Surabaya

Yusni Nur Aini¹, Edy Sudaryanto², Hamim³

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

E-mail: yusninuraini207@gmail.com

Abstract

The effectiveness of using Instagram as a medium of communication is an action to see the extent of effort in communicating through an Instagram in obtaining or producing an effect of achieving a predetermined goal. The study aims to determine how much the level of communication effectiveness of the Instagram account @sehatsurabayaku as an information medium for the Covid-19 vaccination of the people of the City of Surabaya by using the theory of Communication Effectiveness from Andre Hardjana which consists of 6 indicators, receiver or user, content, timing, media, format and source. Research sampling used the Random Sampling sample technique with a total of 100 respondents. The research data was obtained through the dissemination of questionnaires to Instagram followers @sehatsurabayaku. The data analysis used is descriptive quantitative using the SPSS Version 25 program. The results of the study obtained a percentage result of 86.87%, which is included in the very effective category. So that shows that the Instagram account @sehatsurabayaku become a very effective media as a medium for information on the Covid-19 vaccination of the people of the City of Surabaya.

Keywords: *Communication Effectiveness, Instagram Social Media, Information Media*

Abstrak

Efektivitas penggunaan Instagram sebagai media komunikasi merupakan tindakan untuk melihat sejauh mana usaha dalam berkomunikasi melalui sebuah Instagram dalam memperoleh atau menghasilkan sebuah efek pencapaian dari sebuah tujuan yang telah ditentukan. penelitian bertujuan untuk mengetahui seberapa tingkat efektivitas komunikasi akun Instagram @sehatsurabayaku sebagai media informasi vaksinasi Covid-19 masyarakat Kota Surabaya dengan menggunakan teori Efektivitas Komunikasi dari Andre Hardjana yang terdiri dari 6 indikator yakni penerima komunikasi, isi pesan, ketepatan waktu, media komunikasi, format pesan, beserta sumber pesan. Pengambilan sampel penelitian menggunakan teknik *Sample Random Sampling* dengan jumlah 100 responden. Data penelitian didapat melalui penyebaran kuesioner kepada pengikut Instagram @sehatsurabayaku. Analisis data yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan program SPSS Versi 25. Hasil penelitian memperoleh hasil prosentase sebesar 86,87%, dimana masuk dalam kategori sangat efektif. Sehingga menunjukkan bahwa akun Instagram @sehatsurabayaku menjadi media yang sangat efektif sebagai media informasi vaksinasi Covid-19 masyarakat Kota Surabaya.

Kata Kunci: Efektivitas Komunikasi, Media Sosial Instagram, Media Informasi

Pendahuluan

Di era perkembangan teknologi dan digitalisasi yang dimana segala aktivitas dalam kehidupan telah dipermudah dengan adanya bantuan teknologi digital sebagai media atau komunikasi. Terdapat beberapa pilihan media yang tersedia di era digital ini, antara lain media cetak, *online*, dan elektronik.. Tidak dapat dipungkiri dengan adanya perkembangan sebuah teknologi, masyarakat semakin dituntut untuk mampu beralih ke media digital. Saat ini manusia juga semakin cenderung memilih media yang dianggap mudah serta mampu mengakses dengan cepat dalam mencari sebuah informasi yang dibutuhkan.

Media sosial merupakan sebuah media *online* yang mencakup blog, jejaring sosial, forum, dan dunia virtual, memungkinkan pengguna untuk berbagi, berinteraksi, dan menghasilkan informasi dengan mudah. (Ainiyah, 2018). Media sosial adalah bentuk komunikasi baru yang tersedia di internet yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan perasaan mereka kepada siapa pun (Septiani et al., 2021).

Media sosial yang pada awalnya berbentuk *user generated content* dan kemudian mulai dikembangkan untuk dapat berinteraksi antar sesama penggunanya, sebagai contoh : Instagram, Facebook, Twitter (Herlina Suwanto, 2019). Media sosial yang juga dipergunakan sebagai media informasi adalah Instagram. Instagram merupakan aplikasi yang dapat mengirimkan informasi dengan cepat dengan format foto atau video. Memungkinkan pengguna untuk mengatur dan berbagi foto atau video dengan jejaring sosial lain melalui perangkat (Ayuningtyas et al., 2021). Postingan dibagikan secara *online* dengan jaringan internet. Instagram juga masuk dalam media sosial berbagi foto terpopuler di Indonesia. Dikutip dalam hasil riset *Hootsuite (We Are Social)* pada 2022 Instagram berada di peringkat ke 2 setelah Whatsapp dengan prosentase 84,8% sebagai media sosial yang banyak digunakan di Indonesia. Dalam hasil riset memperlihatkan jumlah pengguna Instagram di Indonesia sendiri telah mencapai 99,15 Juta jiwa.

Saat ini banyak dijumpai akun di Instagram yang berisikan atau memberikan informasi-informasi, baik mengenai kesehatan, pendidikan, wisata, kuliner dan lain sebagainya. Tentunya Instagram memiliki ruang informasi yang tidak terbatas. Melalui kecepatan internet dalam mengirim atau menyebarkan suatu hal membuat Instagram dikatakan efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat luas sehingga pesan atau informasi akan lebih cepat untuk ditangkap. Dengan begitu aktivitas penyampaian informasi akan lebih menghemat waktu serta biaya.

Efektivitas dalam menggunakan Instagram sebagai media komunikasi merupakan tindakan untuk melihat sejauh mana usaha dalam berkomunikasi melalui sebuah Instagram dalam memperoleh atau menghasilkan sebuah efek pencapaian dari sebuah tujuan yang telah ditentukan. Efektivitas dalam komunikasi memiliki enam kriteria, yakni penerima komunikasi (*receiver*), isi pesan (*content*), ketepatan waktu (*timing*), media komunikasi (*media*), format pesan (*format*), beserta sumber pesan (*source*) (Hardjana, 2000:23). Sehingga apabila dalam keenam kriteria tersebut dapat terpenuhi dengan baik maka proses komunikasi dapat dikatakan efektif.

Pemanfaatan Instagram sebagai media untuk berkomunikasi dengan masyarakat serta penyebaran informasi juga dilakukan oleh salah satu dinas yakni Dinas Kesehatan Kota Surabaya dengan akun bernama (*username*) @sehatsurabayaku. Diluncurkan 4 Juli 2018, Instagram @sehatsurabayaku merupakan akun media sosial resmi dari Dinas Kesehatan Kota Surabaya.

Penggunaan Instagram @sehatsurabayaku bertujuan untuk membagikan informasi seputar layanan kesehatan khususnya di Kota Surabaya. Di tengah pandemi Covid-19, Instagram @sehatsurabayaku berfokus dalam memberikan informasi terkait vaksinasi Covid-19 bagi

masyarakat Kota Surabaya seperti lokasi, tanggal pelaksanaan serta tata cara vaksinasi yang akan dilaksanakan.

Semakin berkembangnya media komunikasi, maka semakin banyak hal menarik yang dapat diteliti. Penelitian terdahulu yang masih memiliki kesamaan dan menjadi acuan dalam penelitian ini adalah penelitian oleh Dhea Rizka Ramadhana, Universitas Telkom Bandung, dengan judul penelitian Efektivitas Penggunaan Akun Instagram @SOALPALU Terhadap Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Palu. Hasil yang diperoleh adalah adanya efektifitas akun @soalpalu sebesar 65% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat Kota Palu.

Penelitian berikutnya oleh Afifatul Laili, Universitas Pembangunan Nasional Jawa Timur, dengan judul Efektivitas Akun Instagram @Jakpostimages Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*. Hasil yang diperoleh adalah Instagram @jakpostimages menunjukkan tingkat efektivitas tinggi dalam memberikan informasi terhadap pengikut dengan didasari faktor yakni akurat dan jelas, bahasa pada berita mudah dipahami, memberikan kepuasan kepada pengikut seputar informasi yang sesuai kebutuhan.

Penelitian berikutnya oleh Muhammad Raditya Anugera, Universitas Telkom Bandung, dengan judul penelitian Efektivitas Penggunaan Instagram @Jabarsaberhoaks Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tentang Fakta Hoaks Pada *Followers* di Jawa Barat. Hasil yang diperoleh adalah Penggunaan Instagram @Jabarsaberhoaks dinyatakan efektif dalam pemenuhan kebutuhan informasi seputar hoaks di Jawa Barat. Dinyatakan t hitung (8.011) > t tabel (1.966) dan hasil koefisien determinasi menghasilkan bahwa penggunaan media sosial sebesar 77,3% efektif terhadap kebutuhan informasi seputar hoaks di Jawa Barat.

Masih dengan merujuk pada penelitian terdahulu, peneliti memilih menggunakan Instagram milik Dinas Kesehatan Kota Surabaya dalam penelitian dikarenakan dalam pengamatan peneliti Instagram tersebut paling aktif dalam sehari-hari memberikan informasi seputar kesehatan khususnya terkait vaksinasi Covid-19 di wilayah Kota Surabaya. Respon atau interaksi yang terjadi di Instagram juga terlihat dilakukan oleh masyarakat yang mengikuti melalui kolom komentar postingan Instagram @sehatsurabayaku. Sehingga dari uraian tersebut menjadikan ketertarikan bagi peneliti untuk berfokus dalam mengukur seberapa tingkat efektivitas komunikasi akun Instagram @sehatsurabayaku sebagai media informasi vaksinasi Covid-19 masyarakat Kota Surabaya dengan menggunakan enam indikator dalam teori Efektivitas Komunikasi Andre Hardjana.

Metode Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Kuantitatif merupakan sebuah penelitian yang menekankan analisis pada data-data bersifat angka yang nantinya akan diolah menggunakan statistika. Deskriptif dipergunakan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan suatu objek atau hasil dari sebuah penelitian. Kuantitatif dipergunakan dalam meneliti pada suatu populasi atau sampel tertentu, pengumpulan sebuah data menggunakan instrument penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif, dengan sebuah tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016:147)

Populasi dalam penelitian ini adalah pengikut (*followers*) dari akun Instagram @sehatsurabayaku, yakni sebanyak 246.000. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *simple random sampling* menggunakan rumus perhitungan Slovin. Jumlah sampel yang diambil dari hasil perhitungan sebanyak 99,95 yang dibulatkan menjadi 100 responden. Kriteria responden yang digunakan dalam penelitian ialah pengguna Instagram yang mengikuti (*follow*)

akun Instagram Dinas Kesehatan Kota Surabaya (@sehatsurabayaku) dan berkependudukan di wilayah Kota Surabaya.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner (angket). Kuesioner merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang dilaksanakan dengan cara memberi pertanyaan atau sebuah pernyataan secara tertulis yang nantinya diberikan kepada responden secara langsung maupun melalui internet untuk kemudian dijawab. Pertanyaan atau pernyataan dapat bersifat terbuka ataupun tertutup (Sugiyono, 2016:142)

Analisis data yang digunakan dalam menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini ialah dengan melakukan uji hipotesis (Uji T) *One sample t-test* dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} dari hasil data kuesioner. Kriteria pengujian Uji T sebagai berikut :

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima

Setelah uji hipotesis dilakukan, selanjutnya adalah melihat besarnya prosentase tingkat Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @sehatsurabayaku Sebagai Media Informasi Vaksinasi Covid-19 Masyarakat Kota Surabaya dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Prosentase} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Keterangan :

Skor aktual = jumlah skor jawaban responden

Skor ideal = jumlah skor maksimal

Dengan ketentuan prosentase efektivitas pada tabel berikut: (Kriyantono, 2010:140)

Tabel 1 Prosentase Efektivitas

No	Angka Prosentase	Keterangan
1	0% - 20%	Sangat Tidak Efektif
2	21% - 40%	Tidak Efektif
3	41% - 60%	Cukup Efektif
4	61% - 80%	Efektif
5	81% - 100%	Sangat Efektif

Hasil dan Pembahasan

Terkait karakteristik responden yang telah menjawab adalah sebagai berikut. Berdasarkan jenis kelamin, sebagian besar responden yang telah menjawab adalah perempuan yakni sebanyak 80 responden (80%). Berdasarkan umur, sebagian besar responden yang telah menjawab berada pada rentang umur 21 tahun – 30 tahun yakni sebanyak 74 responden (74%). Kemudian berdasarkan pekerjaan atau status yang dimiliki sebagian besar responden yang telah menjawab ada sebagai mahasiswa sebanyak 70 responden (70%).

Tabel 2 Uji One Sampel T-Test

One-Sample Test						
Test Value = 0						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Total	76.696	99	.000	69.490	67.69	71.29

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer Menggunakan SPSS Ver. 25

Hasil analisis data dengan *One sample t-test* yang dipergunakan dalam uji deskriptif dengan satu variabel melalui program SPSS versi 25, menunjukkan hasil bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($76.696 > 1.984$), dengan demikian H_a dapat diterima dan H_0 ditolak. Artinya Akun Instagram @sehatsurabayaku memiliki tingkat efektif sebagai media informasi vaksinasi Covid-19 masyarakat Kota Surabaya

Kemudian untuk melihat besarnya prosentase tingkat Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @sehatsurabayaku Sebagai Media Informasi Vaksinasi Covid-19 Masyarakat Kota Surabaya dapat dihitung sebagai berikut :

$$\text{Prosentase} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

$$\begin{aligned} \text{Prosentase} &= \frac{6.949}{8.000} \times 100\% \\ &= 86,87\% \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan, didapat prosentase sebesar 86,87% sehingga hasil memperkuat alasan H_a diterima dan H_0 ditolak. Akun Instagram @sehatsurabayaku memiliki tingkat prosentase sebesar 86,87% sebagai media informasi vaksinasi Covid-19 masyarakat Kota Surabaya, dimana masuk dalam kategori sangat efektif.

Kemudian dalam analisis berikutnya melihat tingkat prosentase efektivitas dari setiap indikator yang digunakan dalam penelitian. Pada indikator penerima (*receiver or user*) mendapatkan nilai 87,8% dimana dapat dikatakan sangat efektif. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Kota Surabaya dapat menjadi sasaran penerima pesan yang sesuai terkait informasi vaksinasi Covid-19 yang disebarakan melalui akun Instagram @sehatsurabayaku.

Pada indikator isi pesan (*content*) mendapatkan nilai 89,9% dimana dapat dikatakan sangat efektif. Hal tersebut menunjukkan bahwa isi pesan yang tersampaikan terkait vaksinasi Covid-19 melalui akun Instagram @sehatsurabayaku dapat bersifat objektif, akurat, serta lengkap sehingga memudahkan masyarakat untuk memahami.

Pada indikator media komunikasi (*media*) mendapatkan nilai 88,7% dimana dapat dikatakan sangat efektif. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Kota Surabaya merasa pemilihan atau penggunaan Instagram sebagai media penyampaian informasi vaksinasi Covid-19 adalah hal yang tepat. Hal tersebut karena melalui penggunaan media Instagram memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi secara *online* dengan mudah dan juga cepat.

Pada indikator format pesan (*format*) mendapatkan nilai 86,5% dimana dapat dikatakan sangat efektif. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat merasa pesan yang disampaikan melalui akun Instagram @sehatsurabayaku terkait vaksinasi Covid-19 mudah untuk dipahami karena memiliki format yang sederhana, informasi yang dikemas dengan jelas sesuai kebutuhan

terkait lokasi dan waktu pelaksanaan, syarat serta tata cara pelaksanaan dalam mengikuti vaksinasi Covid-19 sehingga masyarakat dapat dengan mudah memahami informasi.

Pada indikator sumber pesan (*source*) mendapatkan nilai 89,7% dimana dapat dikatakan sangat efektif. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat merasa dapat mempercayai kebenaran dari informasi yang diunggah melalui akun Instagram @sehatsurabayaku. Akun Instagram @sehatsurabayaku merupakan akun resmi yang dimiliki dan dikelola oleh Dinas Kesehatan Kota Surabaya, sehingga segala bentuk informasi kesehatan khususnya terkait kegiatan vaksinasi Covid-19 yang diunggah dalam akun tersebut adalah resmi dapat dipercaya kebenarannya.

Pada indikator ketepatan waktu (*timing*) mendapatkan nilai 80% dimana dapat dikatakan efektif. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat merasa informasi vaksinasi Covid-19 diunggah diwaktu yang tepat melalui akun Instagram @sehatsurabayaku. Informasi vaksinasi Covid-19 diunggah tiga hari sebelum pelaksanaan dimulai sehingga masyarakat dapat mengetahui mengenai informasi tersebut terlebih dahulu. Ketepatan waktu dalam menjawab pertanyaan masyarakat terkait vaksinasi Covid-19 melalui kolom komentar juga dilakukan oleh admin @sehatsurabayaku. Dengan terjawabnya pertanyaan masyarakat secara tepat waktu maka informasi yang diberikan akan dapat mempermudah masyarakat untuk lebih memahami terkait informasi yang dirasa kurang dimengerti.

Penutup

Dalam penelitian mengukur efektivitas komunikasi akun Instagram @sehatsurabayaku sebagai media informasi vaksinasi Covid-19 masyarakat Kota Surabaya, dengan menggunakan teori efektivitas komunikasi (Hardjana, 2000:23) dan terdapat enam indikator, yakni penerima pesan, isi pesan, ketepatan waktu, media komunikasi, format pesan, serta sumber pesan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, memperoleh hasil prosentase sebesar 86,87%, dimana berada pada kategori sangat efektif. Sehingga hasil yang didapat telah menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini, dimana menunjukkan bahwa akun Instagram @sehatsurabayaku menjadi media yang sangat efektif sebagai media informasi vaksinasi Covid-19 masyarakat Kota Surabaya.

Keenam indikator efektivitas komunikasi dalam penelitian ini mendapatkan nilai prosentase sebagai berikut. Indikator penerima komunikasi (*receiver*) memperoleh nilai sebesar 87,8% dan berada pada kategori sangat efektif. Indikator kedua isi pesan (*content*) memperoleh nilai sebesar 89,8% dan berada pada kategori sangat efektif. Indikator ketiga media komunikasi (*media*) memperoleh nilai sebesar 88,7% dan berada pada kategori sangat efektif. Indikator keempat format pesan (*format*) memperoleh nilai sebesar 86,5% dan berada pada kategori sangat efektif. Indikator kelima sumber pesan (*source*) mendapatkan nilai sebesar 89,7% dan berada pada kategori sangat efektif. Indikator keenam ketepatan waktu (*timing*) mendapatkan nilai sebesar 80% dan berada pada kategori efektif.

Sehingga dari hasil penelitian, peneliti memberi rekomendasi yang dapat dijadikan sebagai masukan sebagai berikut, diharapkan penggunaan Instagram sebagai media informasi yang dipergunakan Dinas Kesehatan Kota Surabaya dapat terus dilaksanakan karena dapat mempermudah dalam membagikan informasi kepada masyarakat luas secara cepat. Selain itu dapat mempertahankan kualitas isi dan tampilan yang lengkap, jelas serta menarik dari informasi yang dibuat untuk dibagikan.

Diharapkan dapat terus meningkatkan ketepatan dan ketanggapan dari admin Instagram @sehatsurabayaku dalam merespon pertanyaan yang diajukan oleh pengikut (*follower*) seputar

vaksin Covid-19 melalui kolom komentar. Dengan tanggap memberikan respon yang tepat waktu akan membantu masyarakat dalam lebih memahami informasi yang disampaikan.

Diharapkan dapat mengimbangi dalam mengunggah informasi pada halaman profil utama dengan *story*. Mengunggah pada halaman profil utama dapat membuat informasi tersimpan lebih lama sehingga masyarakat dapat mengetahui jika dibandingkan hanya mengunggah informasi melalui fitur *story* yang memiliki batas waktu 24 jam dan secara otomatis akan menghilang.

Daftar Pustaka

- Ainiyah, N. (2018). Remaja Millennial dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millennial. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 2(2), 221–236. <https://doi.org/10.35316/jpii.v2i2.76>
- Ayuningtyas, T. A., Sadono, T. P., & Ekoputro, W. (2021). Aktivitas Yoiki Mentai Dalam Menggunakan Endorsement Non- Selebriti Melalui Instagram Untuk Menciptakan Brand Awareness Di Sidoarjo. *Jurnal Representamen*, 7(02).
- Cangara, H. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT RajaGrafindo Persada.
- Darmawan, D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Fadhilah, N., Sudaryanto, E., & Maruta, A. (2018). Pengaruh Efektivitas Iklan Kue Oleh-Oleh Khas Artis@ Surabaya Patata Pada Media Online Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen. <http://repository.untag-sby.ac.id/id/eprint/918>
- Hardjana, A. (2000). *Audit Komunikasi: Teori dan Praktek*. Grasindo.
- Herlina Suwanto, D. (2019). *Literasi Media: Teori dan Fasilitasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Ihsan, A. (2018a). Efektifitas Komunikasi Akun Facebook @ERJEMEDIA dalam Menyebarkan Informasi Dakwah. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 5(1), 15.
- Ihsan, A. (2018b). EFEKTIVITAS KOMUNIKASI AKUN FACEBOOK @ERJEMEDIA DALAM MENYEBARKAN INFORMASI DAKWAH. *JOM FISIP Vol. 5 No. 1, 5*.
- Irma, A. D. E., Putri, T., Komunikasi, J. I., Teknologi, F., Dan, I., & Semarang, U. (2019). *EFEKTIVITAS PENGGUNAAN AKUN INSTAGRAM @ HENDRARPRIHADI SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN MASYARAKAT KOTA SEMARANG ii*.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Kencana.
- Ngalimun. (2017). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*. Pustaka Baru Press.
- Nofha Rina, S. N. F. (2020). Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 13–24. <https://doi.org/10.35326/medialog.v3i1.479>
- Nurgiyantoro, B., Gunawan, & Marzuki. (2017). *Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu Sosial (Teori & Praktik dengan IBM SPSS statistic 21)*. Gadjah Mada University Press.
- Nurudin. (2016). *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*. PT RajaGrafindo Persada.
- Rahmawati, R. R., Sumarah, N., & Rusmana, D. S. A. (2018). *Pembentukan Citra Kota*

Surabaya melalui Media Sosial Instagram. 45. <http://repository.untag-sby.ac.id/961/>

Ramadhana, D. R., Mei, R., Malau, U., & Telkom, U. (2021). *EFEKTIVITAS PENGGUNAAN AKUN INSTAGRAM @ SOALPALU TERHADAP*. 8(5), 6766–6778.

Septiani, A., Sumarah, N., & Norhabiba, F. (2021). Pengaruh Brand Ambassador EXO Melalui Media Sosial Instagram terhadap Gaya Hidup Konsumtif di Kalangan Pembeli Produk Nature Republic (Studi pada Komunitas EXO-L Surabaya). *Jurnal Representamen*, 7(01). <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/representamen/article/view/5128>

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Suryanto. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. CV Pustaka Setia.

Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271–278.