



## Penerapan Kekayaan Media Tentang Pemberitaan Unggahan Terkait Raperda APBD Tahun 2020-2023 Oleh Humas pada Instagram DPRD Kota Surakarta

Olivia Murlitta<sup>1\*</sup>, Rahmat Wisudawanto<sup>2</sup>, Hasbullah Azis<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Sahid Surakarta, Indonesia

Jl. Adi Sucipto No.154, Jajar, Kec. Laweyan, Kota Surakarta, Jawa Tengah

Korespondensi penulis: [Oliviamurlitta2002@gmail.com](mailto:Oliviamurlitta2002@gmail.com)

**Abstract.** *The Public Relations of the Surakarta DPRD disseminates information related to the upload of the draft regional regulation (Raperda) of the APBD via Instagram. In disseminating information via Instagram, public relations utilizes Instagram features, namely photos, captions, hashtags, links, and mentions that can invite responses from followers. The study aims to assess the extent to which the Instagram uploads of the Surakarta DPRD meet the criteria for media richness which include immediacy, diversity of signs, language variation and personal sources based on the Media Richness theory by Daft and Lengel (1984). This study is a qualitative descriptive study with primary data sources uploaded on the Instagram account @dprdkotasurakarta and secondary data from relevant journal articles. The sampling technique used total sampling. This study used data collection techniques, namely observation and documentation. The application of media richness by the Surakarta DPRD public relations has great potential in conveying information quickly and effectively. However, several aspects need to be improved to optimize the effectiveness of messages conveyed to the public which have been proven through a SWOT analysis. SWOT analysis identifies the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of each unsur which shows that Instagram has implemented media richness.*

**Keywords:** APBD, DPRD, Public Relations, Instagram, Media Richness, Social Media, Raperda, SWOT.

**Abstrak.** Humas DPRD Kota Surakarta menyebarkan informasi khususnya terkait unggahan Rancangan Peraturan Daerah (Raperda) APBD menggunakan media sosial instagram. Dalam menyebarkan informasi melalui instagram, humas memanfaatkan fitur yang ada pada instagram yang meliputi foto, *caption*, *hashtag*, *link*, dan *mention* yang dapat mengundang adanya respon dari *followers*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menilai sejauh mana unggahan instagram DPRD Kota Surakarta memenuhi kriteria kekayaan media yang meliputi kesegeraan, keragaman isyarat, variasi bahasa dan sumber personal. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan sumber data primer berupa unggahan pada akun instagram @dprdkotasurakarta dan data sekunder berupa artikel jurnal yang relevan dengan menggunakan teknik *total sampling*. Penelitian ini menggunakan metode teknik pengumpulan data yakni, observasi dan dokumentasi. Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan, penelitian ini menemukan bahwa unggahan pemberitaan terkait raperda APBD pada instagram DPRD Kota Surakarta sudah menerapkan empat unsur kekayaan media, yaitu kesegeraan, keragaman isyarat, variasi bahasa dan sumber personal. Penerapan kekayaan media yang dilakukan oleh humas memiliki potensi besar dalam menyampaikan informasi secara cepat dan efektif, meski ada beberapa aspek yang perlu ditingkatkan untuk mengoptimalkan efektivitas pesan yang disampaikan kepada publik seperti memberikan respon balik dari adanya komentar *followers* dan mengandung gambar yang disertai dengan *caption* yang lengkap dengan menggunakan *hashtag*.

**Kata kunci:** APBD, DPRD, Humas, Instagram, Kekayaan Media, Media Sosial, Raperda, SWOT.

### 1. LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi dan komunikasi berdampak pada cara berkomunikasi saat ini. Hal ini dapat dilihat dengan aktivitas komunikasi yang mulanya harus dilaksanakan dengan *face to face* beralih kepada bentuk komunikasi tidak harus dengan konsep *face to face* yang salah satunya dapat memanfaatkan media sosial. Hadirnya media sosial sangat mempermudah institusi dalam melakukan komunikasi dengan publik. Informasi yang tersampaikan cenderung

lebih cepat menyebar dibandingkan dengan media lainnya sehingga penggunaan media sosial dianggap efektif dalam aktivitas komunikasi instansi dengan publik.

Humas merupakan seseorang yang bertugas dalam mengelola penyebaran informasi secara transparansi, jujur, dan objektif. Cutlip, Center dan Broom (2006 : 6) mengatakan bahwa humas adalah suatu fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Oleh karena itu, humas dianggap penting karena berkaitan dengan citra instansi dengan memenuhi kebutuhan memperoleh informasi yang semakin tinggi khususnya dalam pelayanan publik.

Salah satu media sosial yang dapat dipilih humas karena mudah dikelola, yaitu instagram. Keunggulan dari instagram dibandingkan dengan media lain adalah memiliki berbagai fitur seperti, *pin feed*, *instagram highlight*, *instagram story*, *instagram live*, *instagram shopping*, IG TV, foto, *video reels*, *direct message*, *hashtag*, dan *insight*. Informasi yang akan disampaikan melalui instagram akan lebih mudah dikelola melalui fitur tersebut. Karena instagram sudah digunakan oleh banyak orang dengan tingkat informasi yang *up to date*.

Untuk menganalisis sejauhmana instagram mampu menunjukkan efektif dalam memberikan informasi dibandingkan dengan media sosial lainnya salah satunya dengan menampilkan kekayaan media (*Media Richness*). Aspek yang dapat digunakan untuk menilai bahwa suatu media tersebut dapat dikatakan “kaya” bisa dilihat dari kesegeraan, keragaman isyarat, variasi bahasa dan sumber personal yang digunakan oleh media. Kekayaan ini digambarkan sebagaimana potensi media tersebut dalam menyampaikan informasi. Menurut Daft dan Lengel (1984) sebuah media dapat dipandang “kaya” atau “miskin” berdasarkan kemampuannya untuk mengatasi ambiguitas dan mempermudah makna bersama.

Saat ini mulai banyak instansi pemerintahan yang telah memanfaatkan media sosial instagram. Salah satu pemerintah kota yang memiliki akun instagram sebagai media penyebaran informasinya adalah PRD Kota Surakarta. Ada beberapa kegiatan yang telah dilaksanakan oleh DPRD Kota Surakarta yang dapat diamati pada akun @DPRDKotaSurakarta. Ada beberapa penerapan kekayaan pada instagram DPRD Kota Surakarta yang ditampilkan di bawah ini :



Gambar. 1

Merupakan contoh kegiatan yang diunggah oleh DPRD pada media instagram. Hal tersebut menjelaskan bahwa media sosial instagram menjadi tempat menyampaikan informasi kegiatan yang telah dilaksanakan. Adanya kegiatan rapat Paripurna tersebut dilaksanakan untuk menyetujui Raperda tentang APBD Kota Surakarta Tahun Anggaran 2024 yang dihadiri oleh DPRD Kota Surakarta, Wali Kota Surakarta Gibran Raabuming Raka, Ketua DPRD Budi Prasetyo, Wakil Wali Kota Surakarta Teguh Prakosa dan seluruh anggota DPRD Kota Surakarta di Gedung Graha Paripurna pada Selasa, 7 November 2023.

Dari gambar yang ditampilkan di atas ada beberapa aspek kekayaan media yang ditampilkan media instagram DPRD Kota Surakarta, ditinjau melalui aspek kesegeraan informasi terlihat dari beberapa unggahan yang sudah diunggah secara berkala. Pada unggahan di atas terlihat adanya respon sebanyak 56 yang memberikan *like*. Kalimat verbal dan nonverbal sudah diterapkan dalam setiap unggahan dalam bentuk gambar dan *caption*. Variasi bahasa yang digunakan terlihat pada penggunaan angka yang menjelaskan pada keterangan waktu. Unggahan tersebut sudah mengandung ikon, logo, *link*, *hashtag* dan *mention*.

Dari data tersebut menyatakan bahwa akun instagram DPRD Kota Surakarta sudah dikatakan “kaya” karena sudah memenuhi aspek dari kekayaan media. Hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana penerapan kekayaan media yang dilakukan pada media sosial instagram DPRD Kota Surakarta. Sehingga peneliti mengambil judul “Penerapan Kekayaan Media tentang Pemberitaan Unggahan Terkait Raperda APBD Tahun 2020-2024 oleh Humas pada Instagram DPRD Kota Surakarta”.

Penelitian ini berfokus pada penggunaan media sosial instagram oleh DPRD Kota Surakarta dalam menyampaikan informasi penting kepada publik terkait Raperda APBD Kota Surakarta. APBD (Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah) adalah salah satu topik yang penting bagi masyarakat karena berhubungan dengan alokasi anggaran yang berdampak langsung pada kesejahteraan warga. Penelitian ini penting untuk mengetahui apakah Humas

DPRD Kota Surakarta mampu menggunakan instagram sebagai sarana untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas terkait pemberitaan mengenai APBD kepada masyarakat.

Dengan memahami bagaimana kekayaan media diterapkan, hasil penelitian ini dapat memberikan masukan berharga bagi Humas DPRD dalam mempertahankan dan mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif, terutama dalam penggunaan media sosial Instagram untuk menyampaikan pesan-pesan yang berkaitan dengan kebijakan publik. Dengan demikian, penelitian ini memiliki relevansi yang tinggi dalam memahami efektivitas komunikasi digital oleh pemerintah melalui *platform* media sosial.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **Humas (Hubungan Masyarakat)**

Humas merupakan bagian dari organisasi yang bertanggung jawab dalam menyusun rencana komunikasi khusus dengan berbagai media untuk membangun citra. Selain itu humas juga bertugas dalam mengelola penyebaran informasi secara transparansi, jujur, dan objektif. Cutlip, Center dan Broom (2006 : 6) mengatakan bahwa humas adalah suatu fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Hal ini sejalan dengan pendapat Trisnawati dan Syarah (2017:90) yang mengatakan bahwa humas adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Artinya, humas berperan dalam menciptakan dan mempertahankan hubungan antara institusi dengan publik yang menentukan keberhasilan sebuah organisasi. Oleh karena itu, humas dianggap penting karena berkaitan dengan kesuksesan organisasi yang salah satunya dibentuk dari hubungan positif antara institusi dengan publiknya.

Adapula definisi menurut Moore (2005:6) bahwa humas adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan-kebijaksanaan dalam prosedur-prosedur seorang individu atau sebuah organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan menjalankan suatu program untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan publik. Artinya, humas berperan dalam mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan berdasarkan kepentingan publik dan menjalankan program untuk dapat diterima oleh publik. Dengan demikian, humas dimaknai sebagai fungsi manajemen yang berperan dalam menciptakan dan mempertahankan hubungan antara institusi dengan publik yang menentukan keberhasilan sebuah organisasi serta berperan dalam mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi

kebijaksanaan berdasarkan kepentingan publik dan menjalankan program untuk dapat diterima oleh publik.

### **Berita**

Berita merupakan sebuah sajian informasi tentang suatu kejadian yang berlangsung atau kejadian yang sedang terjadi saat itu juga. Husnul (2010:35) mengatakan, “Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik, dan penting bagi sebagian besar khalayak yang disebarluaskan melalui media massa berkala yang dituliskan dengan kalimat yang singkat, padat, jelas. Pada saat ini banyak penyampaian berita yang tidak sesuai dengan unsur berita yang terdapat ciri-ciri pendukung dalam teks berita. Kusumaningrat (2005:47) mengatakan bahwa ciri-ciri berita meliputi, berita harus akurat; berita harus lengkap dan harus melaporkan apa yang sesungguhnya terjadi; berita harus objektif; berita harus ringkas dan jelas, dan berita harus hangat. Di dalam unsur-unsur teks harus mengandung unsur berita yang lengkap disebut juga dengan pokok-pokok informasi yang terangkum dalam 6 pertanyaan yaitu 5W+1H. Putra (2009:53) mengatakan bahwa unsur berita meliputi *what, who, when, where, why*, dan *how*. Unsur *what* “apa” mengacu pada pernyataan yang dapat menjawab pertanyaan “apa”. Unsur *who* “siapa” mengacu pada keterangan tentang orang-orang yang terlibat dalam peristiwa. Unsur *when* “kapan” mengacu pada waktu kejadian peristiwa. Unsur *where* “dimana” mengacu pada deskripsi lengkap tentang tempat kejadian peristiwa. Unsur *why* “mengapa” mengacu pada latar belakang terjadinya peristiwa. Unsur *how* “bagaimana” mengacu pada penjelasan proses kejadian suatu peristiwa dan akibat yang ditimbulkan. Dengan jawaban dari enam pertanyaan tersebut maka dapat dianggap fakta yang merupakan dasar berita sudah terpenuhi.

### **Kekayaan Media**

Daft dan Lengel (1984) menyatakan bahwa media memiliki kemampuan yang berbeda untuk mempermudah pemahaman dan media dapat dipandang sebagai “kaya” atau “miskin” berdasarkan pada kemampuannya untuk mengatasi ambiguitas dan mempermudah makna bersama. “kaya” dalam arti media yang memiliki kekuatan membawa pesan informasi dan juga terdapat *feedback* dari informasi tersebut. Sedangkan “miskin” berarti media kurang memiliki kemampuan untuk membawa informasi yang kemudahan menyebabkan kebingungan sehingga diperlukan kemampuan tambahan untuk menggunakan media ini. Daft dan Lengel menyatakan 4 kriteria untuk menilai “kekayaan” sebuah media, yaitu :

- a. Kesegeraan (*immediacy*) : Kemampuan media dalam menyediakan informasi secara berkala dan memungkinkan umpan balik secara cepat.

- b. Keragaman Isyarat (*multiple cues*) : Kemampuan media untuk mengkomunikasikan pesan melalui pendekatan yang berbeda melalui verbal dan non verbal.
- c. Variasi Bahasa (*language variety*) : Kemampuan dalam menggunakan kata dan bahasa yang berbeda untuk meningkatkan pemahaman dalam berkomunikasi satu sama lain.
- d. Sumber Personal (*personal source*) : Kemampuan untuk menunjukkan perasaan dan emosi. Sumber personal ini penting dalam penyampaian pesan kepada pengguna akhir.

## **Instagram**

Menurut Atmoko (2012:3) instagram adalah layanan jejaring sosial berbasis fotografi. Artinya, instagram merupakan media sosial yang berisikan tentang gambar. Instagram diresmikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada tanggal 6 Oktober 2010. Jejaring sosial ini mampu menjaring 25ribu pengguna di hari pertama. Selain itu, Atmoko (2012:8) juga menyatakan bahwa nama instagram merupakan kependekan dari kata “instan-telegram”. Sedangkan pada website resmi instagram dikatakan bahwa instagram adalah cara yang menyenangkan dan unik untuk berbagi hidup anda dengan teman-teman melalui serangkaian gambar. Bidik foto dengan ponsel atau tablet anda lalu pilih filter untuk mengubah gambar. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus (Atmoko, 2012:10).

Widiastuti (2018) mengatakan bahwa instagram merupakan salah satu media sosial milik facebook yang memungkinkan penggunaanya untuk berbagi konten, baik dengan bentuk ataupun gambar. Berbeda dengan media sosial lainnya, akses fitur yang dapat dilakukan oleh pengguna instagram lebih terbatas apabila diakses melalui komputer. Fitur mengunggah konten dan mengirim pesan hanya dapat dilakukan pada aplikasi instagram di smartphone.

## **Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah proses analisis pada tahap perencanaan untuk menyusun strategi sebelum melakukan kegiatan. Menurut Kotler & Armstrong (2008:64) analisis SWOT adalah penilaian menyeluruh terhadap kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) suatu perusahaan. Analisis ini diperlukan untuk menentukan beberapa strategi yang ada di perusahaan. Galavan (2014) mengatakan bahwa analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, dan threat*) yaitu analisis untuk mendapatkan strategi yang berguna atau efektif yang diterapkan sesuai pasar dan keadaan publik saat itu, peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) dipakai untuk mengetahui lingkungan luar atau

eksternal kemudian kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang didapatkan melalui analisis dalam perusahaan atau internal. Artinya, analisis SWOT yang meliputi *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunity* (peluang) dan *personal source* (sumber personal) merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk menentukan strategi yang efektif yang dapat diterapkan sesuai keadaan publik saat itu. Pada penelitian ini menggunakan analisis SWOT yang digunakan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam penerapan kekayaan media pada unggahan Instagram terkait raperda APBD tahun 2020-2023 pada akun @dprdkotasurakarta.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif karena mendeskripsikan hasil penelitian dengan menggunakan kata-kata tertulis tanpa menggunakan statistik atau cara kuantifikasi. Pada penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer yang diolah berupa unggahan Raperda APBD tahun 2020-2023 pada instagram dari DPRD kota Surakarta. Sedangkan data sekunder yang digunakan berupa hasil penelitian dan artikel jurnal yang relevan dengan topik yang dikaji. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi dan dokumentasi. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu dengan total sampling. Triangulasi data pada penelitian ini menggunakan metode dan sumber. Triangulasi metode yaitu dengan membandingkan hasil dokumentasi dan membandingkan hasil pengamatan yang dilakukan. Triangulasi sumber pada penelitian ini membandingkan sumber data yang berbeda yaitu dari data *screenshot* Instagram DPRD Kota Surakarta dan data hasil pengamatan.

Teknik analisis data menggunakan model menurut Miles dan Huberman (1992 : 16) yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan /*verifikasi*. Pengumpulan data yang digunakan dalam pengamatan tersebut adalah kategori raperda APBD dari tahun 2020 sampai 2023. Sedangkan untuk dokumentasi yang digunakan meliputi unggahan unggahan terkait Raperda APBD Tahun 2020-2023 dari akun instagram @dprdkotasurakarta. Reduksi data dalam penelitian ini merupakan tahap awal dalam memilah untuk menyerdhanakan data unggahan terkait Raperda APBD Tahun 2020-2023 pada akun instagram @dprdkotasurakarta sehingga unggahan selain raperda APBD akan direduksi. Data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah terkait unggahan Raperda APBD Tahun 2020-2023 pada akun instagram @dprdkotasurakarta. Kesimpulan akhir dari penelitian ini adalah data yang valid hasil dari proses reduksi dan penyajian data yang berupa data unggahan dari Instagram DPRD Kota Surakarta terkait Raperda APBD Tahun 2020-2023. digunakan

berupa hasil penelitian dan artikel jurnal yang relevan dengan topik yang dikaji. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi dan dokumentasi. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu dengan total sampling. Triangulasi data pada penelitian ini menggunakan metode dan sumber.

Triangulasi metode yaitu dengan membandingkan hasil dokumentasi dan membandingkan hasil pengamatan yang dilakukan. Triangulasi sumber pada penelitian ini membandingkan sumber data yang berbeda yaitu dari data *screenshot* Instagram DPRD Kota Surakarta dan data hasil pengamatan. Teknik analisis data menggunakan model menurut Miles dan Huberman (1992 : 16) yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan /*verifikasi*. Pengumpulan data yang digunakan dalam pengamatan tersebut adalah kategori raperda APBD dari tahun 2020 sampai 2023. Sedangkan untuk dokumentasi yang digunakan meliputi unggahan unggahan terkait Raperda APBD Tahun 2020-2023 dari akun instagram @dprdkotasurakarta. Reduksi data dalam penelitian ini merupakan tahap awal dalam memilah untuk menyederhanakan data unggahan terkait Raperda APBD Tahun 2020-2023 pada akun instagram @dprdkotasurakarta sehingga unggahan selain raperda APBD akan direduksi. Data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah terkait unggahan Raperda APBD Tahun 2020-2023 pada akun instagram @dprdkotasurakarta. Kesimpulan akhir dari penelitian ini adalah data yang valid hasil dari proses reduksi dan penyajian data yang berupa data unggahan dari Instagram DPRD Kota Surakarta terkait Raperda APBD Tahun 2020-2023.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil analisis dan pembahasan telah dilakukan oleh penulis terkait raperda APBD dari unggahan instagram DPRD Kota Surakarta. Analisisnya meliputi analisis menggunakan unsur berita, kekayaan media dan SWOT.

##### **Kelengkapan Unsur Berita 5W+1H**

Pada analisis unsur berita memaparkan data unggahan raperda yang dikaji dengan teori Putra (2009:53) yang meliputi *what, who, when, where, why* dan *how*. Unsur *what* “apa” mengacu pada pertanyaan yang dapat menjawab pertanyaan “apa”. Unsur *who* “siapa” mengacu pada keterangan tentang orang-orang yang terlibat dalam peristiwa. Unsur *when* “kapan” mengacu pada waktu kejadian peristiwa. Unsur *where* “dimana” mengacu pada deskripsi lengkap tentang tempat kejadian peristiwa. Unsur *why* “mengapa” mengacu pada latar belakang terjadinya peristiwa. Dan unsur *how* “bagaimana” mengacu pada penjelasan proses kejadian suatu peristiwa dan akibat yang ditimbulkan. Data terkait Raperda APBD



Tahun 2020-2023 dianalisis menggunakan analisis 5W+1H yang dilihat dari *caption* pada unggahan tersebut. Dari 5 data yang terkait Raperda APBD Tahun 2020-2023 sudah memenuhi unsur 5W+1H yang meliputi *what, who, when, where, why* dan *how*.

### **Penerapan Kekayaan Media terkait Unggahan dalam Instagram**

Pada analisis kekayaan media memaparkan data unggahan raperda yang dikaji dengan teori Daft dan Lengel (1984) yang menilai bahwa media tersebut “kaya”. Daft dan Lengel (1984) menyatakan 4 kriteria menilai “kekayaan” sebuah media yaitu meliputi unsur kesegeraan, keragaman isyarat, variasi bahasa dan sumber personal. Dalam menilai kriteria kesegeraan dapat dilihat pada unggahan yang diunggah secara berkala dari akun Instagram dan adanya umpan balik dari *followers* yang berupa *like* dan *comment*. Untuk memenuhi kriteria keragaman isyarat dapat dilihat unggahan yang mengandung unsur verbal dan nonverbal. Unsur verbal dapat dilihat pada *caption* yang menjelaskan kegiatan yang terkait pada gambar. Unsur nonverbal dapat dilihat dari visual dalam bentuk gambar atau video yang diunggah. Untuk memenuhi kriteria variasi bahasa dapat dilihat dari *caption* pada unggahan yang mengandung keragaman bahasa yang digunakan meliputi kata-kata, angka dan keterangan yang jelas. Dan sumber personal atau *personal source* adalah kemampuan untuk menunjukkan perasaan dan emosi. Sumber personal ini penting dalam penyampaian pesan kepada pengguna akhir.

Data terkait Raperda APBD Tahun 2020-2023 dianalisis menggunakan analisis kekayaan media untuk mengetahui sejauhmana Humas DPRD Kota Surakarta sudah menerapkan kekayaan media dalam menyampaikan pesan melalui Instagram. Hasil analisis ini memperoleh 3 dari 5 data yang terkait Raperda APBD Tahun 2020-2023 sudah memenuhi unsur kekayaan media yang meliputi, kesegeraan, keragaman isyarat, variasi bahasa dan sumber personal.

Seluruh unggahan yang terkait Raperda APBD Tahun 2020-2023 sudah menerapkan unsur kesegeraan karena sudah diunggah secara berkala dan mengundang respon *followers* yang berupa *like* dan ada satu unggahan yang mengundang komentar. Seluruh unggahan sudah menerapkan unsur keragaman isyarat karena memuat unsur verbal dan non verbal yang berupa gambar yang disertai dengan *caption*. Selain itu, seluruh unggahan sudah menerapkan unsur variasi bahasa yang diterapkan melalui *caption* dalam kata-kata yang disertai angka yang menyebutkan waktu dilaksanakannya kegiatan dan data yang berupa anggaran dengan diakhir satuan mata uang. Dari 5 data yang terkait unggahan Raperda APBD, terdapat 2 data yang tidak memenuhi unsur sumber personal dan 3 data sudah memenuhi unsur sumber personal karena

sudah mengandung penggunaan ikon dan logo pada gambar, terdapat *link* dan *hashtag* pada *caption* serta memberikan *mention* atau tag seseorang yang terlibat dalam kegiatan tersebut.

### **Analisis SWOT**

Pada analisis ini menjelaskan mengenai analisis SWOT dari hasil penelitian yang telah disajikan. Hasil pada penelitian ini meliputi gambaran penerapan kekayaan media pada instagram DPRD Kota Surakarta. Data terkait Raperda APBD Tahun 2020-2023 dianalisis menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui sejauhmana Humas DPRD Kota Surakarta sudah menerapkan kekayaan media untuk penyebaran informasi melalui Instagram. Hasil analisis memperoleh 3 dari 5 data yang terkait Raperda APBD Tahun 2020-2023 sudah memenuhi unsur kekayaan media yang meliputi, kesegeraan, keragaman isyarat, variasi bahasa dan sumber personal. Penjelasan yang mendalam terkait analisis tersebut dapat diamati sebagai berikut.

Pada data 01 sudah mengandung unsur kekayaan media yang meliputi, kesegeraan, keragaman isyarat, variasi bahasa dan sumber personal. Pada unsur kesegeraan terdapat unsur *strenght* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman). Pada unsur kesegeraan memiliki unsur kekuatan karena sudah diunggah secara berkala dan ada respon dari pengikut akun instagram DPRD Kota Surakarta dalam unggahan tersebut yang berupa *like*. Namun tidak ada respon berupa komentar. Harus ada unggahan secara berkala untuk mengundang lebih banyak lagi respon dari *followers*. Jika unggahan tidak dilakukan secara berkala maka aspek dari kesegeraan tersebut tidak tercapai. Pada ada unsur keragaman isyarat terdapat unsur *strenght* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman). Pada unsur keragaman isyarat terdapat pesan yang dikomunikasikan melalui unggahan instagram dalam bentuk verbal dan non verbal yang menjadi kekuatan pada unggahan tersebut. Bentuk nonverbal yang memuat gambar pada *slide* pertama berwarna hitam putih dan berbeda pada slide selanjutnya. Gambar yang ditampilkan harus konsisten dalam. Jika gambar yang ditampilkan berwarna hitam putih maka pesan yang disampaikan terlihat kurang jelas. Pada unsur variasi bahasa terdapat unsur *strenght* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman). Pada unsur variasi bahasa memiliki unsur kekuatan yang ada dalam unggahan tersebut bahwa sudah menggunakan variasi bahasa dalam menyampaikan pesan dengan bentuk kata-kata dan data berupa angka yang menyatakan keterangan waktu dilakukannya kegiatan rapat tersebut. Namun keterangan waktu dinyatakan dalam bentuk angka menjadi kekurangan pada unggahan tersebut. Jika ada kejelasan dalam penggunaan bahasa dalam menyatakan keterangan waktu berupa nama bulan dan jam maka

bisa menjadi peluang untuk unggahan tersebut untuk lebih mudah dipahami. Jika penggunaan angka tidak tepat dapat menimbulkan ancaman yang membuat salah persepsi dalam pemahaman pesan yang disampaikan. Pada unsur sumber personal terdapat *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman) namun tidak ada *strength* (kekuatan). Pada unsur sumber personal tidak memiliki unsur kekuatan pada unggahan tersebut karena tidak mengandung ikon, logo, *hashtag*, *link* dan *mention* dalam unggahan tersebut. Belum menampilkan emosi atau kata-kata dalam penyampaian pesan seperti penggunaan *hashtag* dan tidak menambahkan *mention*. Artinya, bahwa pada unggahan tersebut sudah memenuhi kriteria kekayaan media pada unsur sumber personal, karena pada gambar mengandung ikon yang meliputi ikon website, e-mail, Instagram dan telepon.

Pada data 02 sudah mengandung unsur kekayaan media yang meliputi, kesegeraan, keragaman isyarat, dan variasi bahasa. Namun belum menampilkan kekuatan yang ada pada unsur sumber personal. Pada unsur kesegeraan terdapat unsur *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman). Pada unsur kesegeraan memiliki unsur kekuatan karena sudah diunggah secara berkala dan ada respon dari pengikut akun instagram DPRD Kota Surakarta dalam unggahan tersebut yang berupa *like* dan komentar. Namun pada unggahan tersebut tidak ada umpan balik dari DPRD yang berupa komentar pada unggahan instagram tersebut. Harus ada umpan balik dari DPRD pada kolom komentar tersebut agar terjalin komunikasi dua arah dan mengundang respon lebih banyak. Jika tidak melakukan umpan balik, maka tidak terjalin komunikasi dua arah. Pada unsur keragaman isyarat terdapat unsur *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman).

Pada unsur keragaman isyarat terdapat pesan yang dikomunikasikan melalui unggahan instagram dalam bentuk verbal dan non verbal yang menjadi kekuatan pada unggahan tersebut. Bentuk komunikasi verbal tidak didukung oleh bentuk non verbal yang berbentuk gambar karena tidak terlihat ketika terjadinya penandatanganan hal tersebut membuat adanya kekurangan pada unggahan. Harus ada komposisi yang pas antara verbal dan nonverbal. Jika tidak ada komposisi yang pas maka pesan yang disampaikan akan susah untuk dipahami. Pada unsur variasi bahasa terdapat *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman). Pada unsur variasi bahasa memiliki unsur kekuatan yang ada dalam unggahan tersebut bahwa sudah menggunakan variasi bahasa dalam menyampaikan pesan dengan bentuk kata-kata dan data berupa angka yang menyatakan keterangan waktu dilakukannya kegiatan rapat tersebut. Namun keterangan waktu dinyatakan dalam bentuk angka menjadi kekurangan pada unggahan tersebut. Jika ada kejelasan dalam penggunaan

bahasa dalam menyatakan keterangan waktu berupa nama bulan dan jam maka bisa menjadi peluang untuk unggahan tersebut untuk lebih mudah dipahami. Jika penggunaan angka tidak tepat dapat menimbulkan ancaman yang membuat salah persepsi dalam pemahaman pesan yang disampaikan. Pada unsur sumber personal terdapat *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman). Namun tidak menampilkan *strength* (kekuatan). Pada unggahan tersebut tidak terdapat kekuatan dari unsur sumber persona karena tidak mengandung ikon, logo, *link*, *hashtag* dan *mention*. Belum menampilkan emosi atau kata-kata dalam penyampaian pesan seperti penggunaan *hashtag* dan tidak menambahkan *mention*. Jika menggunakan *hashtag* maka akan mempermudah dalam pencarian pesan dan memberikan *mention* akan memperluas jangkauan informasi.

Pada data 03 sudah mengandung unsur kekayaan media yang meliputi, kesegeraan, keragaman isyarat, dan variasi bahasa. Namun belum menampilkan kekuatan yang ada pada unsur sumber personal. Pada unsur kesegeraan terdapat unsur *strenght* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman). Pada unsur kesegeraan memiliki unsur kekuatan karena sudah diunggah secara berkala dan ada respon dari pengikut akun instagram DPRD Kota Surakarta dalam unggahan tersebut yang berupa *like*. Namun pada unggahan tersebut tidak ada respon yang berupa komentar dari pengikut akun instagram tersebut. Jika mempertahankan unggahan yang dilakukan secara berkala maka akan memberikan peluang dalam bagi pengikut akun instagram DPRD Kota Surakarta untuk memberikan respon yang lebih banyak lagi. Jika unggahan tersebut tidak mempertahankan dengan berkala, maka akan menimbulkan ancaman sehingga aspek kesegeraan dalam unggahan tersebut tidak tercapai. Pada unsur keragaman isyarat terdapat unsur *strenght* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman). Pada unsur keragaman isyarat terdapat pesan yang dikomunikasikan melalui unggahan instagram dalam bentuk verbal dan non verbal yang menjadi kekuatan pada unggahan tersebut. Bentuk komunikasi verbal tidak didukung oleh bentuk non verbal yang berbentuk gambar karena tidak terlihat ketika terjadinya penandatanganan hal tersebut membuat adanya kekurangan pada unggahan. Harus ada komposisi yang pas antara verbal dan nonverbal. Jika tidak ada komposisi yang pas maka pesan yang disampaikan akan susah untuk dipahami. Pada unsur variasi bahasa terdapat *strenght* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman). Pada unsur variasi bahasa memiliki unsur kekuatan yang ada dalam unggahan tersebut bahwa sudah menggunakan variasi bahasa dalam menyampaikan pesan dengan bentuk kata-kata dan data berupa angka yang menyatakan keterangan waktu dilakukannya kegiatan rapat tersebut. Namun keterangan waktu dinyatakan dalam bentuk angka menjadi kekurangan

pada unggahan tersebut. Jika ada kejelasan dalam penggunaan bahasa dalam menyatakan keterangan waktu berupa nama bulan dan jam maka bisa menjadi peluang untuk unggahan tersebut untuk lebih mudah dipahami. Jika penggunaan angka tidak tepat dapat menimbulkan ancaman yang membuat salah persepsi dalam pemahaman pesan yang disampaikan. Pada unsur sumber personal terdapat *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman) namun tidak ada *strength* (kekuatan). Pada unsur sumber personal tidak memiliki unsur kekuatan pada unggahan tersebut karena tidak mengandung ikon, logo, *hashtag*, *link* dan *mention* dalam unggahan tersebut. Belum menampilkan emosi atau kata-kata dalam penyampaian pesan seperti penggunaan *hashtag* dan tidak menambahkan *mention*.

Pada data 04 sudah mengandung unsur kekayaan media yang meliputi, kesegeraan, keragaman isyarat, variasi bahasa dan sumber personal. Pada unsur kesegeraan terdapat unsur *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman). Pada unsur kesegeraan memiliki unsur kekuatan karena sudah diunggah secara berkala dan ada respon dari pengikut akun instagram DPRD Kota Surakarta dalam unggahan tersebut yang berupa *like*. Namun pada unggahan tersebut tidak ada umpan balik yang berupa komentar dari pengikut akun instagram tersebut. Jika mempertahankan unggahan yang dilakukan secara berkala maka akan memberikan peluang dalam bagi pengikut akun instagram DPRD Kota Surakarta untuk memberikan respon yang lebih banyak lagi. Jika unggahan tersebut tidak dilakukan secara berkala, maka akan menimbulkan ancaman sehingga aspek kesegeraan dalam unggahan tersebut tidak tercapai. Pada unsur keragaman isyarat terdapat unsur *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman). Pada unsur keragaman isyarat terdapat pesan yang dikomunikasikan melalui unggahan instagram dalam bentuk verbal dan non verbal yang menjadi kekuatan pada unggahan tersebut. Bentuk komunikasi non verbal yang diunggah dalam unggahan tersebut pada *slide* terakhir gambar terpotong sehingga menjadi kekurangan dari unggahan tersebut. Jika menggunakan rasio yang pas agar gambar tidak terpotong pada unggahan tersebut maka akan memberikan peluang untuk memberikan pesan yang efektif. Jika rasio tidak pas maka akan menimbulkan ancaman pada informasi tersebut karena pesan dalam gambar tidak tersampaikan dengan jelas. Pada unsur variasi bahasa terdapat *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman). Pada unsur variasi bahasa memiliki unsur kekuatan yang ada dalam unggahan tersebut bahwa sudah menggunakan variasi bahasa dalam menyampaikan pesan dengan bentuk kata-kata dan data berupa angka yang menyatakan keterangan waktu dilakukannya kegiatan rapat tersebut. Namun keterangan waktu dinyatakan dalam bentuk angka menjadi kekurangan pada unggahan tersebut. Jika ada kejelasan dalam penggunaan

bahasa dalam menyatakan keterangan waktu berupa nama bulan dan jam maka bisa menjadi peluang untuk unggahan tersebut untuk lebih mudah dipahami. Jika penggunaan angka tidak tepat dapat menimbulkan ancaman yang membuat salah persepsi dalam pemahaman pesan yang disampaikan. Pada unsur sumber personal terdapat *strenght* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman). Pada unsur sumber personal memiliki unsur kekuatan pada unggahan tersebut dilihat adanya ikon yang ditambahkan dalam menggambarkan sebuah media sosial seperti ikon website, e-mail, instagram dan telepon. Terdapat logo Kota Solo dan DPRD Kota Surakarta. Menampilkan *link* yang dapat digunakan untuk mengakses secara langsung informasi yang lebih lengkap melalui website DPRD Kota Surakarta. Sudah menampilkan *hashtag*, namun *hashtag* yang ditampilkan tidak menggunakan #RaperdaAPBD yang digunakan untuk menyampaikan pesan yang terkait informasi tersebut. Sudah menambahkan *mention* yang terlibat dalam kegiatan tersebut. Jika menggunakan *hashtag* terkait raperda maka akan menciptakan peluang yang mempermudah dalam pencarian pesan. Namun jika tidak menggunakan *hashtag* terkait maka menimbulkan ancaman karena kesulitan dalam pencarian terkait informasi pada unggahan tersebut.

Pada data 05 sudah mengandung unsur kekayaan media yang meliputi, kesegeraan, keragaman isyarat, variasi bahasa dan sumber personal. Pada unsur kesegeraan terdapat unsur *strenght* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman). Pada unsur kesegeraan memiliki unsur kekuatan karena sudah diunggah secara berkala dan ada respon dari pengikut akun instagram DPRD Kota Surakarta dalam unggahan tersebut yang berupa *like*. Namun pada unggahan tersebut tidak ada respon dari *followers* yang berupa komentar dari pengikut akun instagram tersebut. Jika mempertahankan unggahan yang dilakukan secara berkala maka akan memberikan peluang bagi pengikut akun instagram DPRD Kota Surakarta untuk memberikan respon yang lebih banyak lagi. Jika unggahan tersebut tidak dilakukan secara berkala, maka akan menimbulkan ancaman sehingga aspek kesegeraan dalam unggahan tersebut tidak tercapai. Pada unsur keragaman isyarat terdapat unsur *strenght* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman). Pada unsur keragaman isyarat terdapat pesan yang dikomunikasikan melalui unggahan instagram dalam bentuk verbal dan non verbal yang menjadi kekuatan pada unggahan tersebut. Bentuk komunikasi non verbal yang diunggah dalam unggahan tersebut pada *slide* terakhir gambar terpotong sehingga menjadi kekurangan dari unggahan tersebut. Jika menggunakan rasio yang pas agar gambar tidak terpotong pada unggahan tersebut maka akan memberikan peluang untuk memberikan pesan yang efektif. Jika rasio tidak pas maka akan menimbulkan ancaman pada informasi tersebut karena pesan dalam gambar tidak tersampaikan dengan jelas. Artinya, pada

unggahan tersebut sudah memenuhi unsur keragaman isyarat karena sudah menampilkan verbal yang berupa *caption* dan non verbal berupa gambar. Pada unsur variasi bahasa tersedapat *strenght* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman). Pada unsur variasi bahasa memiliki unsur kekuatan yang ada dalam unggahan tersebut bahwa sudah menggunakan variasi bahasa dalam menyampaikan pesan dengan bentuk kata-kata dan data berupa angka yang menyatakan keterangan waktu dilakukannya kegiatan rapat tersebut. Namun keterangan waktu dinyatakan dalam bentuk angka menjadi kekurangan pada unggahan tersebut. Jika ada kejelasan dalam penggunaan bahasa dalam menyatakan keterangan waktu berupa nama bulan dan jam maka bisa menjadi peluang untuk unggahan tersebut untuk lebih mudah dipahami. Jika penggunaan angka tidak tepat dapat menimbulkan ancaman yang membuat salah persepsi dalam pemahaman pesan yang disampaikan. Artinya, bahwa pada unggahan tersebut telah memenuhi kriteria kekayaan media pada unsur variasi bahasa yang digunakan karena telah menggunakan *caption* dengan kata-kata dan data yang berupa angka. Pada unsur sumber personal tersedapat *strenght* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman). Pada unsur sumber personal memiliki unsur kekuatan pada unggahan tersebut dilihat adanya ikon yang ditambahkan dalam menggambarkan sebuah media sosial seperti ikon website, e-mail, Instagram dan telepon. Terdapat logo Kota Solo dan DPRD Kota Surakarta. Menampilkan *link* yang dapat digunakan untuk mengakses secara langsung informasi yang lebih lengkap melalui website DPRD Kota Surakarta. Sudah menampilkan *hashtag*, namun *hashtag* yang ditampilkan tidak menggunakan #RaperdaAPBD yang digunakan untuk menyampaikan pesan yang terkait informasi tersebut. Sudah menambahkan *mention* yang terlibat dalam kegiatan tersebut. Jika menggunakan *hashtag* terkait raperda maka akan menciptakan peluang yang mempermudah dalam pencarian pesan. Namun jika tidak menggunakan *hashtag* terkait maka menimbulkan ancaman karena kesulitan dalam pencarian terkait informasi pada unggahan tersebut. Artinya, bahwa pada unggahan tersebut sudah memenuhi kriteria kekayaan media karena mengandung ikon, logo, *link*, *hashtag*. dan *mention*.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dari pembahasan dapat disimpulkan bahwa unggahan pemberitaan terkait raperda APBD Tahun 2020 – 2023 pada instagram DPRD Kota Surakarta sudah menerapkan unsur berita 5W+1H yang meliputi (*What, Who, When, Where, Why* dan *How*). Selain itu, unggahan pemberitaan terkait raperda APBD pada instagram DPRD Kota Surakarta sudah menerapkan unsur kekayaan media, yaitu kesegeraan, keragaman isyarat,

variasi bahasa dan sumber personal. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa unggahan pemberitaan terkait raperda APBD sudah diunggah secara berkala dan ada respon dari *followers* berupa *like* dan *comment*, terdapat unsur verbal berupa *caption* dan non verbal berupa gambar dan mengandung variasi bahasa berupa kata-kata dan disertai angka. Serta terdapat penggunaan logo, ikon, *link*, *hashtag*, dan *mention*. Namun terdapat beberapa komentar yang tidak direspon balik, beberapa gambar dengan warna yang tidak konsisten, dan ada gambar ada yang tidak terdukung oleh *caption*.

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, maka perlu diberikan beberapa saran. Penelitian ini terbatas pada data instagram yang dikaji melalui unsur berita berdasarkan (Putra, 2009) dan kekayaan media berdasarkan (Daft dan Lengel, 1984). Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut dengan tema yang sejenis dapat menggunakan teori yang lain. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan humas DPRD kota Surakarta dalam penggunaan instagram sebagai media untuk mempublikasikan pemberitaan raperda dengan mempertahankan unggahan yang mengundang respon dari *followers* berupa *like* dan *comment*, mengandung unsur verbal berupa *caption* dan non verbal berupa gambar dan mengandung variasi bahasa berupa kata-kata dan disertai angka serta penggunaan logo, ikon, *link*, *hashtag*, dan *mention*. Selanjutnya, hendaknya memberikan respon balik dari adanya komentar *followers* dan mengandung gambar yang disertai dengan *caption* yang lengkap dengan menggunakan *hashtag*.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Atmoko Dwi, Bambang. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Cutlip, Scott M., Allen H. Center dan Glen M. Broom. (2006:6). *Effective Public Relations*, Edisi 9 Cetakan Kedua. Kencana. Jakarta.
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1984). Information richness: A new approach to managerial behavior and organizational design. *Research in Organizational Behavior*, 6.
- Evanti V. (2019). *Pemanfaatan Kekayaan Media Sosial Oleh Mojok.co*.
- Galavan, R. (2014). *Doing Business Strategy*. Ireland: NuBooks.
- Husnul, Ade. (2010). *Belajar Memahami Berita*. Bogor: PT Regina Eka Utama.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran terjemahan*. Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.



- Kusumaningrat. (2005). *Jurnalistik Teori dan Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Maharani VE. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Komunikasi dan Informasi Pemerintah Kota Semarang. 7(2), 4569-4573.
- Milles dan Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: Universitas Indonesia Press, hlm. 16.
- Moore, H. Frazire. (2005). *Humas Membangun Citra dengan Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosadakarya.
- Putra, Masri Sareb. (2009). *Teknik Menulis Berita dan Feature*. Jakarta Barat: PT. Indeks
- Trisnawati, Aric, dan Maya May Syarah. (2017). Strategi Humas Politeknik Negeri Jakarta Dalam Penerimaan Mahasiswa Baru. Diambil dari <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/3075/1939>.
- Widiastuti, R. N. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*. Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik,.