

## **Pola Komunikasi Diskominfo Natuna dalam Mengelola Akun Instagram @kominfonatuna**

Irham Ridho

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau

Email Korespondensi: irhamridho@student.uir.ac.id

Diterima: 10-05-2025    Disetujui: 12-06-2025    Diterbitkan: 25-06-2025

### **Abstrak**

Pola komunikasi adalah sistem yang menghubungkan anggota-anggota dalam suatu kelompok organisasi, membentuk satu kesatuan yang mampu menciptakan pola interaksi antara sesama anggota dalam organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi yang terjadi di dalam pengelolaan akun instagram @kominfonatuna yang dikelola Diskominfo Kabupaten Natuna pada bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik (PIKP). Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan mengumpulkan kata-kata tertulis atau lisan dan perilaku yang dapat diamati untuk menghasilkan data deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan melibatkan 3 informan yang telah peneliti targetkan. Dapat diketahui hasil dari penelitian, pola komunikasi yang terjadi pada bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik Diskominfo Kabupaten Natuna dalam mengelola akun instagram @kominfonatuna berbentuk pola bintang atau yang disebut pola komunikasi semua saluran. Pola ini menunjukkan bahwa setiap anggota, termasuk kepala bidang, jurnalis dan desain grafis, memiliki peran yang sama untuk berkomunikasi dengan siapa saja, baik secara langsung atau tatap muka maupun tidak langsung seperti melalui telepon genggam. Setiap anggota memiliki peran yang sama penting dalam mewujudkan hasil kerja yang ingin dicapai. Pola ini menunjukkan bahwa setiap anggota, baik kepala bidang, jurnalis dan desain grafis, bahwa semuanya mempunyai kesempatan yang sama dalam berkomunikasi.

**Kata Kunci:** Pola Komunikasi, Diskominfo, Instagram.

### **Abstract**

*Communication pattern is a system that connects members in an organizational group, forming a unity that is able to create a pattern of interaction between fellow members in the organization. This study aims to determine how the communication patterns that occur in the management of the @kominfonatuna*

*Instagram account managed by Diskominfo Natuna Regency in the field of Public Information and Communication Management (PIKP). This research uses qualitative research methods by collecting written or spoken words and observable behavior to produce descriptive data. Data collection was carried out by means of observation, interviews, and documentation involving 3 informants who had been targeted by researchers. It can be seen from the results of the research that the communication pattern that occurs in the field of Information Management and Public Communication of the Natuna Regency Diskominfo in managing the @kominfonatuna Instagram account is in the form of a star pattern or what is called an all-channel communication pattern. This pattern shows that every member, including the head of the field, journalists and graphic designers, has the same role to communicate with anyone, either directly or face-to-face or indirectly such as through cell phones. Every member has an equally important role in realizing the work to be achieved. This pattern shows that every member, both heads of field, journalists and graphic designers, that all have the same opportunity to communicate.*

**Keywords:** *Communication Patterns, Diskominfo, Instagram.*

## PENDAHULUAN

Dampak teknologi komunikasi dan informasi di era globalisasi saat ini sangat besar dalam kehidupan sehari-hari. Kemajuan teknologi komunikasi yang cepat telah menghasilkan penemuan baru yang dapat mengubah pola komunikasi individu. Sebelumnya, komunikasi terbatas pada media seperti surat kabar yang menjadi sumber utama informasi. Namun, kemajuan teknologi telah memperkenalkan media sosial sebagai alternatif yang memungkinkan penyebaran pesan lebih cepat dan lebih efisien. Media sosial, yang mengacu pada *platform online* yang terhubung dengan internet, memungkinkan komunikasi antar individu serta akses mudah ke berbagai bentuk berita. Keunggulannya adalah penyebaran informasi secara cepat, menggunakan konten visual, audio, dan audiovisual, yang membuatnya lebih menarik dan mudah dipahami.

Beberapa contoh media sosial yang populer adalah Instagram, YouTube, Twitter, dan Blog. Berdasarkan data dari *Katadata.co.id* hingga April 2023, jumlah pengguna Instagram di Indonesia telah mencapai 106 juta orang, menjadikannya sebagai salah satu *platform* media sosial terbesar di dunia. Instagram merupakan aplikasi berbasis Android yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video, menerapkan filter, dan menyebarkan konten ke berbagai jejaring sosial. Dalam hal ini, Instagram tidak hanya sebagai *platform* komunikasi, tetapi juga sebagai sarana efektif untuk menyebarkan informasi kepada khalayak. Keuntungannya terletak pada kemudahan akses dan kemampuan untuk berinteraksi dengan pengikut

secara langsung melalui fitur-fitur interaktif seperti komentar dan pesan langsung.

Instagram sangat penting dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat karena memiliki jangkauan global dan memungkinkan pemerintah atau lembaga publik untuk berkomunikasi langsung dengan audiens. Salah satu kekuatan utama Instagram adalah kemampuannya dalam menampilkan konten visual yang menarik, seperti gambar dan video pendek, yang membedakannya dari media tradisional. Hal ini memberikan kesempatan kepada pengguna untuk menyampaikan informasi dengan cara yang lebih kreatif dan mudah dipahami. Selain itu, Instagram juga memungkinkan interaksi langsung dengan pengguna melalui fitur seperti tanya jawab, yang menciptakan ruang dialog antara penyedia informasi dan masyarakat. Fitur verifikasi akun juga membantu meningkatkan kredibilitas, memastikan bahwa informasi yang disebarluaskan berasal dari sumber yang terpercaya.

Pada era digital ini, Instagram menjadi alat komunikasi yang sangat efektif untuk pemerintah dan lembaga publik dalam menyampaikan informasi dengan cepat, mudah, dan menarik. Namun, agar pesan dapat disampaikan dengan efektif, perlu adanya pola komunikasi yang tepat yang disesuaikan dengan audiens yang dituju. Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) adalah lembaga pemerintah yang bertanggung jawab dalam mengelola komunikasi dan informasi di tingkat daerah atau nasional. Dalam perkembangan media sosial, Diskominfo memiliki peranan penting dalam menyebarkan pesan pemerintah melalui *platform* seperti Instagram.

Di Kabupaten Natuna, Diskominfo memilih Instagram sebagai media sosial untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Meskipun pengelolaan akun Instagram membutuhkan pola komunikasi yang efektif dan efisien, *platform* ini sangat efektif untuk menjangkau audiens dengan cepat. Pengelolaan akun Instagram ini melibatkan berbagai pihak yang memiliki tanggung jawab berbeda, sehingga diperlukan sistem komunikasi yang terstruktur agar informasi dapat disampaikan secara konsisten dan tepat. Instagram resmi Diskominfo Kabupaten Natuna, yang dikenal dengan nama *@kominfonatuna*, menampilkan berbagai informasi tentang kegiatan pemerintah, hari besar, serta *event* dan bencana alam yang terjadi di daerah tersebut.

Pada 4 November 2023, akun Instagram *@kominfonatuna* memiliki sekitar 5.118 pengikut dengan 3.010 *postingan*. Meskipun belum mendapatkan verifikasi centang biru, akun ini tetap aktif dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Melalui akun ini, Diskominfo dapat menyebarkan informasi dengan cara yang mudah diakses oleh masyarakat Kabupaten Natuna. Berdasarkan pengamatan awal, pengelolaan akun Instagram *@kominfonatuna* menunjukkan aktivitas yang sangat baik dalam memberikan informasi yang relevan kepada masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi yang digunakan

oleh Diskominfo Kabupaten Natuna dalam mengelola akun Instagramnya. Penelitian ini akan berfokus pada "Pola Komunikasi Diskominfo dalam Mengelola Akun Instagram @kominfonatuna".

## KERANGKA TEORI

### Komunikasi Organisasi

Komunikasi merupakan hal yang esensial bagi manusia untuk menjalin hubungan dan berinteraksi dengan orang lain, yang pada gilirannya mendorong terbentuknya kelompok sosial atau komunitas. Pembentukan kepribadian manusia sebagian besar dipengaruhi oleh integrasi sosial dalam kelompok tersebut. Kepemimpinan adalah aspek penting dalam dinamika kelompok dalam organisasi karena hal ini menentukan kemampuan kelompok untuk berkembang. Kepemimpinan melibatkan individu yang mengambil peran kepemimpinan serta orang lain yang bekerja di bawah mereka sebagai bawahan atau karyawan.

Menurut Clampitt dalam Mia & Sigit (2020), komunikasi organisasi mengacu pada pertukaran informasi dan transmisi makna dalam kelompok resmi atau informal di dalam sebuah organisasi. Goldhaber (1986) memberikan definisi alternatif, menggambarkan komunikasi sebagai tindakan menghasilkan aliran pesan dalam jaringan hubungan yang saling berhubungan untuk mengatasi lingkungan yang tidak dapat diprediksi atau berfluktuasi. Sementara itu, menurut Clampitt (2017), komunikasi organisasi adalah jenis komunikasi yang terjadi dalam berbagai arah di dalam organisasi, termasuk dari atas ke bawah (*top to down*), bawah ke atas (*bottom to top*), dan di berbagai tingkatan. Tujuannya adalah untuk mengirimkan informasi secara efektif, mengurangi kesalahpahaman, dan menyelesaikan masalah dalam organisasi.

Dalam bukunya "*Communication in Organisation*," Everett M. Rogers memberikan definisi singkat tentang organisasi sebagai sistem yang mapan di mana individu berkolaborasi untuk mencapai tujuan bersama menggunakan struktur hirarki dan alokasi tugas. Hubungan antara ilmu komunikasi dan organisasi berakar pada penelitian terhadap individu yang berpartisipasi dalam mengejar tujuan organisasi. Penelitian ini mencakup berbagai mode komunikasi yang digunakan dalam organisasi, taktik dan strategi khusus yang diterapkan, serta *rute* yang dilalui untuk berkomunikasi, struktur proses komunikasi, hambatan yang mungkin timbul, dan elemen terkait lainnya. Jawaban atas pertanyaan-pertanyaan ini bertujuan untuk membangun pemahaman yang komprehensif mengenai komunikasi dalam organisasi, dengan mempertimbangkan jenis, sifat, dan ruang lingkup organisasi serta keadaan khusus yang dihadapi.

Menurut Dewi dalam Robert, et.al. (2021), apapun bentuk organisasinya, komunikasi akan berfungsi sebagai berikut: (1) Informatif, di mana pemimpin dan karyawan memerlukan informasi yang banyak dalam penyelesaian tugas mereka, yang berhubungan dengan upaya organisasi dalam meraih tujuannya; (2) *Regulatory* (pengendalian), di mana komunikasi berfungsi sebagai pengatur dan pengendali organisasi melalui peraturan, prosedur, perintah, dan laporan; (3) *Persuasive*, yaitu mengajak orang lain untuk mengikuti atau melaksanakan ide atau tugas; dan (4) Integratif, di mana komunikasi memastikan organisasi yang terbagi menjadi bagian atau divisi tetap menjadi satu kesatuan yang utuh.

Menurut Nana Triapna, dkk. (2021), terdapat dua jenis jaringan komunikasi dalam organisasi: komunikasi formal dan komunikasi non-formal. Komunikasi formal mengikuti hirarki dalam organisasi, sedangkan komunikasi non-formal tidak mengikuti hirarki tersebut. Komunikasi formal secara umum memiliki dua arah, yaitu vertikal dan horizontal.

Komunikasi vertikal memiliki dua arah, yaitu ke atas dan ke bawah. Arah ke bawah terjadi saat pesan disampaikan dari atasan ke bawahan atau dari manajer ke manajer yang lebih rendah dalam struktur organisasi, seperti penyampaian instruksi, evaluasi, kebijakan, dan motivasi. Sebaliknya, arah komunikasi vertikal ke atas terjadi ketika pesan disampaikan dari bawahan ke atasan atau dari manajer ke manajer yang lebih tinggi, seperti saat anggota tim melaporkan perkembangan suatu kegiatan kepada pimpinan atau koordinatornya.

Komunikasi horizontal terjadi antara individu yang memiliki tingkat yang sama dalam hirarki organisasi. Komunikasi ini mempengaruhi keberhasilan organisasi karena memungkinkan anggota untuk mengkoordinasikan tugas, memecahkan masalah, berbagi informasi, dan menyelesaikan konflik.

### **Pola Komunikasi**

Dalam Kamus Bahasa Indonesia, istilah “pola” berarti metode atau kerangka kerja untuk mengatur dan melaksanakan tugas. Sementara itu, istilah “sistem” merujuk pada sebuah organisasi yang dibentuk berdasarkan fungsinya dan terdiri dari individu-individu yang saling mendukung serta membentuk satu kesatuan yang koheren. Djamarah dalam Yusuf & Zahrah (2022) mendefinisikan pola komunikasi sebagai bentuk terstruktur dan interaksi antara individu-individu yang terlibat dalam pengiriman dan penerimaan pesan, dengan tujuan untuk memastikan pemahaman yang jelas. Effendy, Rumengan, dkk (2020) menyatakan bahwa pola komunikasi adalah prosedur sistematis dan logis yang menggambarkan keterkaitan elemen-elemen dan kesinambungannya, yang pada gilirannya memudahkan pemikiran yang koheren.

Menurut Soejanto dalam Olivia & Yuli (2022), pola komunikasi adalah representasi visual dari proses komunikasi yang menggambarkan hubungan antara berbagai komponen komunikasi. Pola komunikasi harus melibatkan partisipasi aktif dari individu yang terlibat dalam pertukaran pesan dengan tujuan komunikasi tertentu. Dengan demikian, pola komunikasi dapat didefinisikan sebagai susunan sistematis dari bagian-bagian yang saling terkait dan saling memperkuat satu sama lain, dengan tujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang proses komunikasi yang sedang berlangsung.

Pola komunikasi diakui sebagai manifestasi perilaku manusia dalam berkomunikasi. Menurut Soejanto dalam Ferry (2017), pola komunikasi adalah representasi visual dari proses komunikasi yang menggambarkan hubungan antara berbagai komponen komunikasi. Pola komunikasi meliputi pola komunikasi primer, sekunder, linier, dan sirkular. Pola komunikasi primer mencakup strategi yang digunakan individu untuk menyampaikan pemikiran mereka kepada orang lain melalui penggunaan simbol sebagai media atau saluran. Simbol-simbol ini berfungsi sebagai representasi bahasa, meskipun dalam situasi komunikasi tertentu, simbol alternatif seperti gerakan tubuh (*gesture*) juga dapat digunakan. Elemen-elemen ini mencakup gerakan anggota tubuh, grafik, warna, dan komponen serupa lainnya. Dalam komunikasi, bahasa didefinisikan sebagai bentuk komunikasi yang menggunakan kata-kata yang diucapkan atau ditulis, sementara simbol-simbol yang tidak termasuk bahasa dikenal sebagai simbol nonverbal.

Pola komunikasi sekunder mengacu pada proses pengiriman pesan dari pengirim ke penerima dengan menggunakan media sekunder, seperti instrumen atau sarana, setelah penggunaan simbol sebagai media primer. Komunikator menggunakan media ini ketika penerima komunikasi yang dituju secara geografis jauh atau banyak, atau keduanya. Misalnya, ketika individu-individu berada berjauhan, mereka menggunakan korespondensi tertulis atau perangkat telekomunikasi seperti telepon. Ketika banyak komunikan yang terlibat, penguat suara digunakan. Dalam situasi audiens yang besar dan tersebar secara geografis, surat kabar, radio, atau televisi digunakan untuk komunikasi.

Pola komunikasi linier mengacu pada transmisi komunikasi yang terjadi secara berurutan dari komunikator ke komunikan, dengan komunikan sebagai penerima akhir. Komunikasi linier bisa terjadi baik dalam pengaturan komunikasi tatap muka maupun yang dimediasi. Komunikasi tatap muka mencakup komunikasi interpersonal yang melibatkan interaksi satu lawan satu dan komunikasi grup yang melibatkan interaksi di antara beberapa individu, meskipun keduanya memiliki kapasitas untuk berdialog.

Pola komunikasi sirkular berbeda dengan pola linier, karena menggambarkan pertukaran umpan balik antara komunikan dan komunikator dalam konteks komunikasi. Umpan balik yang diberikan dari penerima pesan kepada pengirim disebut sebagai "*response*" atau reaksi

terhadap pesan yang diterima. Konsep umpan balik dalam komunikasi sangat penting, karena memungkinkan komunikator untuk menilai keberhasilan atau kegagalan pesan mereka. Umpan balik memberikan wawasan apakah komunikasi diterima dengan positif atau negatif, yang akan memengaruhi apakah komunikator merasa puas atau harus mengulangi proses komunikasi dengan meningkatkan gaya komunikasinya.

Pola komunikasi dalam kelompok berfungsi sebagai struktur kohesif yang menghubungkan anggota kelompok organisasi, memungkinkan mereka untuk membangun pola interaksi yang konsisten dalam organisasi. Jaringan komunikasi ini mengungkapkan struktur hubungan di antara individu serta tingkat keterbukaan antara kelompok yang berbeda. Jaringan ini juga menyoroti individu-individu kunci yang memiliki pengaruh signifikan di dalam kelompok. Djamarah dalam Suratani, dkk (2021) mendefinisikan pola komunikasi sebagai bentuk atau pengaturan spesifik di mana dua individu atau lebih menjalin hubungan dan bertukar informasi yang memungkinkan pemahaman yang jelas tentang pesan yang disampaikan.

Terdapat lima pola komunikasi dalam kelompok, yaitu roda, rantai, Y, lingkaran, dan semua saluran. (1) Pola komunikasi roda memiliki pemimpin yang berada di tengah, dan setiap anggota tidak dapat berkomunikasi langsung kecuali melalui pemimpin. (2) Pola komunikasi rantai, pesan dikirimkan hanya ke anggota yang terletak di sebelahnya, dengan anggota di tengah menerima lebih banyak pesan. (3) Pola komunikasi Y, komunikasi mengikuti hirarki organisasi, dengan anggota yang berkomunikasi dengan atasannya dan juga dengan bawahannya. (4) Pola komunikasi lingkaran memungkinkan setiap anggota untuk berkomunikasi dengan dua anggota pada sisi mereka, tanpa adanya pemimpin yang dominan. (5) Pola komunikasi semua saluran, setiap anggota dapat berkomunikasi dengan anggota lainnya, memungkinkan setiap individu memengaruhi yang lain.

## Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu media instan yang saat ini memiliki berbagai fungsi penting. Selain berfungsi sebagai alat untuk berkomunikasi, media sosial juga menjadi sarana bagi penggunanya untuk menggali berbagai informasi, seperti yang dibahas oleh Faradisa dalam Sugito, dkk. (2022). Menurut Danis (dalam Sugito, 2022), media sosial adalah sebuah *media online* yang memungkinkan para penggunanya untuk dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi, meliputi blog, jejaring sosial, dan wiki, yang merupakan bentuk media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial adalah fitur berbasis *website* yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah komunitas. Di media sosial, kita dapat melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan

visual maupun audiovisual, dengan contoh-contoh seperti Twitter, Facebook, blog, Foursquare, dan lainnya.

Menurut Nasrullah dalam Dinda dan Reni (2019), media sosial adalah *platform online* yang memungkinkan individu untuk mempromosikan diri dan terlibat, berkolaborasi, bertukar, serta berkomunikasi dengan pengguna lain untuk membangun hubungan sosial secara virtual. Dalam ranah media sosial, ada tiga konsep utama yang berkaitan dengan esensi menjadi sosial, yaitu pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*), dan kerja sama (*cooperation*). Boyd (dalam Nasrullah, 2015) menawarkan sudut pandang alternatif mengenai media sosial, di mana media sosial mengacu pada seperangkat *platform* perangkat lunak yang memungkinkan individu dan kelompok untuk menjalin hubungan, bertukar informasi, berkomunikasi, dan, dalam beberapa kasus, bekerja sama atau terlibat dalam kegiatan rekreasi. Media sosial juga memungkinkan terciptanya konten buatan pengguna (UGC), yang diproduksi oleh pengguna, bukan oleh editor seperti dalam perusahaan media massa. Selain itu, media sosial memungkinkan beragam bentuk komunikasi interaktif, termasuk pertukaran, kolaborasi, dan koneksi secara tertulis, visual, dan audiovisual.

Nasrullah (dalam Dinda dan Reni, 2019) mengidentifikasi enam klasifikasi media sosial. *Social networking* adalah teknik yang memfasilitasi keterlibatan dan mencakup konsekuensi dari interaksi di dunia digital. Layanan jejaring sosial, seperti Facebook dan Instagram, sangat dicirikan oleh pembentukan jaringan pertemanan baru berdasarkan minat yang sama, seperti hobi yang serupa. Blog adalah bentuk *platform* media sosial di mana pengguna dapat secara rutin mempublikasikan aktivitas mereka, terlibat dalam diskusi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain, termasuk bertukar *hyperlink web* dan data. *Microblogging*, yang paling dikenal dengan Twitter, memungkinkan individu untuk berbagi pandangan dan aktivitas mereka dalam bentuk pesan singkat. Media sosial ini memungkinkan pengguna untuk berbagi dan menyimpan berbagai jenis media, seperti dokumen, film, audio, dan gambar, melalui internet. Contoh *platform* jenis ini termasuk YouTube, Flickr, Photo-bucket, dan Snapfish.

*Social bookmarking* mengacu pada penggunaan *platform* jejaring sosial untuk mengkategorikan, menyimpan, mengelola, dan mencari materi atau berita di internet secara efisien. Beberapa *platform* penanda sosial yang terkenal termasuk *Delicious.com*, *StumbleUpon.com*, *Digg.com*, *Reddit.com*, dan *LintasMe* di Indonesia. Wiki, yang kadang-kadang disebut sebagai *platform* konten kolaboratif, adalah situs *web* yang memungkinkan pengguna untuk berkolaborasi dan menyumbangkan materi. Konten yang dipublikasikan dapat dimodifikasi atau diedit oleh pengguna internet mana pun.

Media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat, menjangkau semua kelompok usia karena menawarkan banyak keuntungan bagi individu. Salah satu manfaat utama media sosial adalah memfasilitasi interaksi sosial tanpa batasan waktu dan lokasi, tergantung pada

ketersediaan koneksi internet dan kekuatan sinyal. Media sosial memungkinkan individu untuk tetap terhubung dengan keluarga dan teman, serta mengungkapkan perasaan dan pemikiran mereka, menggantikan fungsi buku harian tradisional.

Selain itu, media sosial juga memberikan kesempatan untuk menemukan teman lama dan bertemu dengan teman baru yang memiliki minat dan preferensi yang sama. Media sosial juga menyediakan berbagai macam hiburan seperti musik, film, cerita lucu, dan foto-foto menarik, yang membantu mengurangi rasa bosan dan stres. *Platform* ini juga menjadi tempat yang baik untuk menyalurkan hobi, dengan menyediakan berbagai grup dan komunitas bagi individu yang memiliki minat yang sama. Selain itu, media sosial adalah sumber informasi yang cepat dan *terupdate*, lebih efisien dalam menyebarkan informasi dibandingkan media konvensional seperti televisi dan radio.

Media sosial memiliki kelebihan dan kekurangan. Keuntungan dari media sosial termasuk memfasilitasi kontak tanpa memandang jarak geografis, membantu pengembangan perusahaan *online*, serta menyediakan akses cepat ke informasi. Namun, kekurangannya meliputi potensi pemborosan waktu, kecenderungan untuk fokus pada diri sendiri secara berlebihan, dan ketergantungan yang dapat berkembang pada penggunaan media sosial. Selain itu, media sosial juga terbatas dalam kesempatan untuk berinteraksi sosial secara langsung dengan masyarakat.

Macam-Macam Media Sosial, berbagai kategori media sosial ada dalam budaya kontemporer, masing-masing dengan tujuan yang berbeda. *Social network*, yang dikenal luas, memungkinkan percakapan dan penyebaran informasi kepada masyarakat umum, dengan contoh seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan WhatsApp. Forum komunikasi *online*, seperti *Kaskus.co.id*, *Ads.id*, dan *Brainly.co.id*, digunakan pengguna untuk terlibat dalam percakapan kelompok tentang berbagai topik. Situs blog juga menjadi media sosial karena memungkinkan interaksi antara pemilik blog dan pembacanya, dengan *platform* seperti *Blogger.co.id* dan *Wordpress.co.id*.

*Social bookmarking*, termasuk *platform* seperti *Reddit*, *Slashdot*, dan *Diigo.com*, digunakan untuk mengatur, menyimpan, dan menandai materi *web* untuk referensi pribadi. Masing-masing jenis media sosial memiliki cara unik untuk berfungsi dalam memfasilitasi komunikasi, kolaborasi, dan penyebaran informasi di kalangan pengguna.

## Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbasis Android yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk kepada pemilik instagram itu sendiri (Sugito, dkk. 2022). Tidak diragukan lagi,

internet, media sosial, dan jejaring sosial telah merevolusi dunia. Namun, penting untuk diketahui bahwa selain pengaruhnya yang menguntungkan, media sosial juga memiliki konsekuensi negatif, terutama dalam kaitannya dengan interaksi sosial. Banyak pengguna instagram yang ingin menyampaikan identitas pribadi mereka melalui *platform* ini, sering kali mencari kepuasan pribadi dengan berbagi foto yang telah mereka ambil. Instagram memberikan kesempatan bagi individu untuk mengekspresikan diri mereka secara bebas, yang pada gilirannya dapat memberikan kepuasan pribadi.

Menurut Wikipedia, istilah "instagram" berasal dari keseluruhan fungsionalitas aplikasi, yaitu: "Istilah 'instagram' berasal dari kata '*insta*,' yang merupakan bentuk singkat dari '*instan*.' Hal ini mengingatkan kita pada kamera Polaroid yang biasanya disebut sebagai 'foto instan' di masa lalu. Instagram memiliki kemampuan untuk memamerkan gambar dengan cepat, mirip dengan cara kamera Polaroid menampilkannya. Istilah '*gram*' berasal dari kata '*telegram*,' yang digunakan untuk mengirimkan informasi dengan cepat kepada orang lain. Demikian pula, instagram memiliki kemampuan untuk mengirimkan informasi dengan cepat dengan memanfaatkan jaringan internet untuk mengunggah foto. Instagram berasal dari perpaduan istilah '*instan*' dan '*telegram*'."

Instagram diciptakan oleh Burbn, Inc. pada tahun 2010, sebuah perusahaan yang berspesialisasi dalam pengembangan ponsel. Pada awalnya, Burbn, Inc. memiliki beberapa bidang pengembangan, namun CEO perusahaan memutuskan untuk berkonsentrasi pada satu bidang saja. Instagram tercipta sebagai hasil dari evolusi Burbn yang semakin mengedepankan bagian foto, komentar, dan kemampuan untuk menyukai foto (Sugito dkk, 2022).

Instagram adalah aplikasi seluler yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan memodifikasinya menggunakan filter digital untuk mengubah tampilan visual gambar. Foto-foto yang telah diedit ini kemudian dapat dibagikan ke beberapa *platform* media sosial, termasuk layanan instagram itu sendiri. Instagram memiliki lima menu navigasi utama, semuanya diposisikan dengan nyaman di bagian bawah layar.

Halaman utama instagram berfungsi sebagai antarmuka yang menyajikan tampilan kronologis foto-foto terbaru yang diunggah oleh pengguna lain yang sedang diikuti. Untuk melihat gambar, cukup geser layar ke atas, mirip dengan menggulir mouse komputer. Instagram memuat sekitar 30 foto terbaru dan membatasi tampilan hanya pada foto-foto terbaru. Fitur komentar memungkinkan pengguna untuk memberikan umpan balik pada foto dengan mengetuk ikon gelembung komentar, mengetikkan pendapat, dan mengirimkannya. *Explore* adalah koleksi foto-foto pilihan yang sangat disukai oleh banyak pengguna, yang disusun menggunakan algoritme rahasia untuk memastikan foto yang ditampilkan adalah yang paling populer.

Profil pengguna menyediakan akses ke informasi lengkap tentang pengguna, termasuk rincian yang diberikan oleh individu itu sendiri serta informasi yang dibagikan oleh pengguna lain. Fitur ini menampilkan jumlah total gambar yang dikirimkan, jumlah pengikut, dan jumlah yang diikuti. *News feed* adalah fungsi yang menyajikan peringatan tentang aktivitas pengguna di instagram, termasuk pemberitahuan terbaru mengenai suka, komentar, dan mengikuti pada foto pengguna.

Instagram *stories* memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan video yang dapat dihapus secara otomatis setelah 24 jam. Konten yang dibagikan melalui Instagram *stories* bersifat sementara dan dapat dihapus. Instagram juga memiliki fungsi sorotan yang memungkinkan pengguna untuk menampilkan cerita mereka di profil selama 24 jam.

Instagram memiliki kelebihan dan kekurangan. Instagram menawarkan banyak sekali alat pengeditan foto dan sangat populer dibandingkan dengan *platform* media sosial lainnya. Instagram menyediakan promosi yang mudah, bebas biaya, dan memungkinkan integrasi yang mulus dengan *platform* media sosial lainnya. Namun, ada juga beberapa kelemahan. Misalnya, kemampuan mengunggah video memiliki batas durasi satu menit atau enam puluh detik. Selain itu, dengan tingginya jumlah pengguna, persaingan di instagram sangat ketat. Kemudahan dalam mengunggah foto dan video juga dapat berkontribusi pada penyebaran berita *hoax* secara luas.

Secara keseluruhan, meskipun instagram menawarkan banyak keuntungan dalam hal promosi, hiburan, dan interaksi sosial, *platform* ini juga memiliki beberapa kelemahan yang perlu diwaspadai oleh penggunanya.

## METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan metode kualitatif dalam penelitian ini. Penelitian kualitatif adalah metode yang dilakukan oleh peneliti untuk mengambil data, yang pada prinsipnya dilakukan oleh peneliti tunggal dalam segala aspeknya, meskipun di lapangan bisa dibantu oleh tim atau kelompok, sebagaimana dijelaskan oleh Pradoko (dalam Syafrida, 2021). Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks yang alami dan dengan menggunakan berbagai metode alamiah (Abdul, 2023).

Menurut Arikunto (dalam Nashrullah dkk, 2023), subjek penelitian adalah individu yang memberikan informasi terkait data yang dicari oleh peneliti. Dalam penelitian kualitatif, subjek penelitian disebut sebagai informan, yang memberikan informasi terkait jawaban atau data yang diperlukan. Dalam penelitian ini, subjek penelitiannya adalah orang-orang

yang berperan penting dalam perencanaan, pembuatan, dan penyebaran konten berita di akun instagram *@kominfonatuna*. Informan dalam penelitian ini terdiri dari tiga orang pejabat atau pegawai Diskominfo Kabupaten Natuna yang memiliki tugas terkait, diharapkan memahami dan dapat memberikan informasi yang diperlukan untuk penelitian ini.

Tabel 1. Data Informan Penelitian

| No | Nama Informan                | Pekerjaan   | Keterangan  |
|----|------------------------------|---|---|
| 1  | Kevin Khahar,<br>S.Sos, M.Si | Kepala Bidang<br>Pengelolaan<br>Informasi dan<br>Komunikasi Publik. | Aktif sebagai Kepala sekaligus penanggung jawab Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik. |
| 2  | Rivi Hamdani,<br>S.I.Kom     | Jurnalis  | Aktif sebagai peliput berita dan pembuat prees release suatu berita 3                               |
| 3  | Wan Irfan,<br>S.Kom          | Grafis Designer   | Aktif sebagai desain grafis konten-konten yang akan di posting di media sosial (Instagram)          |

Sumber: Data Olahan Peneliti

Sedangkan objek penelitian, menurut Sugiyono (dalam Dwi Yuli Santoso, 2020), adalah esensi atau karakteristik dari objek, individu, atau entitas yang menjadi fokus utama penelitian. Objek dalam penelitian ini adalah pola komunikasi Diskominfo Kabupaten Natuna dalam mengelola akun Instagram *@kominfonatuna*.

Penelitian ini dilakukan di kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Natuna yang beralamat di Jalan Datuk Kaya Wan Mohd. Benteng No. 63, Kecamatan Bunguran Timur, Kabupaten Natuna, Kepulauan Riau. Penelitian dimulai pada bulan Maret, dengan mewawancarai individu yang memahami kegiatan komunikasi dalam pengelolaan akun Instagram *@kominfonatuna*, khususnya dalam bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik (PIKP) Diskominfo Kabupaten Natuna. Hal ini memudahkan peneliti untuk memperoleh informasi tentang komunikasi dalam pengelolaan akun instagram *@kominfonatuna*.

Menurut Arikunto (dalam Mochamad Altha Daffa, 2022), sumber data adalah entitas dari mana data dapat diperoleh. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari sumber asli melalui observasi lapangan, wawancara dengan Kepala Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik (PIKP) Kominfo Kabupaten Natuna, serta Tim Peliputan dan Penyuntingan Kominfo Kabupaten Natuna. Data sekunder diperoleh dari sumber-sumber tidak langsung, seperti buku, jurnal, internet, dan catatan kuliah yang relevan dengan topik penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi digunakan untuk mempelajari aktivitas dan tahapan yang dilakukan oleh Diskominfo Kabupaten Natuna dalam mengelola akun instagram. Wawancara dilakukan dengan informan untuk mendapatkan data dan informasi lebih mendalam. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dari sumber tertulis seperti buku, peraturan, dan catatan rapat yang relevan dengan penelitian.

Triangulasi adalah teknik yang digunakan untuk memvalidasi data dengan memanfaatkan sumber eksternal untuk memeriksa keakuratan data atau membandingkannya dengan sumber lain. Teknik ini digunakan untuk memeriksa dan membandingkan keandalan informasi yang dikumpulkan, seperti dengan membandingkan data empiris dengan data dari wawancara atau dokumen yang terkait. Triangulasi membantu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai data yang dikumpulkan.

Teknik Analisis data dilakukan dengan memeriksa fakta-fakta dan informasi yang dikumpulkan dari penelitian di lapangan menggunakan model analisis interaktif yang disarankan oleh Miles dan Huberman. Metodologi analisis ini terdiri dari tiga elemen utama: (1) Reduksi data adalah proses memilih dan mengumpulkan data yang relevan. (2) Penyajian data adalah metode sistematis untuk menyajikan data secara logis dan kohesif. (3) Kesimpulan adalah konsekuensi logis dari pendekatan induktif dalam penelitian, yang memerlukan verifikasi hasil untuk memastikan keakuratannya.

## **PEMBAHASAN**

Pembahasan ini akan membahas lebih mendalam mengenai pola komunikasi yang terjadi di Diskominfo dalam mengelola akun instagram *@kominfonatuna*. Pengelolaan akun instagram *@kominfonatuna* oleh bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik Diskominfo Kabupaten Natuna menampilkan konten-konten berita seputar kegiatan agenda pemerintahan Kabupaten Natuna. Konten-konten tersebut ditujukan untuk memberikan informasi kepada masyarakat Kabupaten Natuna agar mereka dapat mengetahui lebih banyak mengenai kegiatan pemerintahan.

Sebelum membuat konten, Diskominfo Kabupaten Natuna menerima surat agenda kegiatan pemerintahan yang dikeluarkan oleh Protokol dan Komunikasi Pimpinan (PROKOPIM). Setelah menerima surat tersebut, Kepala Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik (PIKP) menginformasikan kepada staf-stafnya untuk melakukan rapat. Rapat ini bisa dilakukan secara tatap muka atau daring, tergantung pada jadwal kegiatan. Dalam rapat tersebut, Kepala Bidang menyampaikan tugas-tugas yang akan dikerjakan, memberikan arahan, serta menentukan siapa, di mana, dan kapan

tugas tersebut akan diliput sesuai dengan jadwal pada surat agenda kegiatan pemerintahan. Pembagian tugas dilakukan berdasarkan divisi dan keahlian masing-masing staf, seperti divisi jurnalis yang bertugas meliput dan mendokumentasikan berita, serta divisi desain grafis yang bertugas mengelola berita menjadi konten yang layak *diposting* di instagram.

Pola komunikasi yang terjadi di sini mengikuti pola vertikal, di mana informasi mengalir dari atas ke bawah. Kepala Bidang menyampaikan instruksi kepada jurnalis dan desain grafis terkait tugas yang akan dijalankan. Tujuan komunikasi ini adalah memastikan bahwa semua anggota tim memahami tanggung jawab mereka dan bekerja sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Setelah menerima instruksi, jurnalis bertugas turun ke lapangan untuk meliput kegiatan pemerintah, sementara desain grafis akan mengelola berita dan gambar yang diterima dari jurnalis untuk *diposting* di instagram *@kominfonatuna*. Sebelum konten tersebut *diposting*, desain grafis harus mengkoordinasikan dengan Kepala Bidang untuk mendapatkan persetujuan.

Pola komunikasi vertikal dari bawah ke atas juga terjadi ketika jurnalis atau desain grafis menghadapi permasalahan, seperti kegiatan yang dibatalkan di lapangan. Dalam situasi tersebut, mereka menghubungi Kepala Bidang melalui WhatsApp untuk meminta arahan atau saran. Selain itu, dalam proses pembuatan konten, desain grafis juga berkoordinasi dengan jurnalis untuk memastikan bahwa semua gambar dan naskah berita sudah lengkap dan sesuai. Jika terdapat kesalahan seperti *typo* pada naskah berita, desain grafis akan segera mengkoordinasikan perbaikan dengan jurnalis.

Proses komunikasi yang terjadi antara jurnalis dan desain grafis berjalan dengan baik, dengan komunikasi utama dilakukan melalui grup WhatsApp. Grup ini memungkinkan mereka untuk berkomunikasi secara langsung dan mendapatkan respons cepat, yang sangat penting untuk pengambilan keputusan dan koordinasi yang efektif. Hal ini juga memungkinkan mereka untuk menyelesaikan masalah yang muncul dengan cepat tanpa menunggu rapat berikutnya.

Pola komunikasi horizontal juga terlihat dalam komunikasi antara jurnalis dan desain grafis. Komunikasi ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja tim, memperkuat hubungan antar rekan kerja, dan mendorong tercapainya tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Setelah konten berita selesai dikerjakan, desain grafis akan berkoordinasi dengan Kepala Bidang untuk memastikan bahwa konten tersebut sudah sesuai sebelum *diposting* di Instagram. Setelah mendapat persetujuan, desain grafis melakukan pemostingan konten tersebut di akun Instagram *@kominfonatuna*.

Hasil pembahasan ini menunjukkan adanya kemiripan dengan pola komunikasi semua saluran atau pola bintang. Dalam pola ini, setiap anggota, termasuk Kepala Bidang, jurnalis, dan desain grafis, memiliki peran yang sama dalam berkomunikasi dengan siapa saja, baik secara langsung atau tidak

langsung. Komunikasi ini tidak terbatas pada struktur hierarki, sehingga memungkinkan setiap anggota untuk berpartisipasi secara optimal. Keterbukaan komunikasi mengenai peran mereka menciptakan hubungan yang saling melengkapi dan menghargai satu sama lain, yang pada akhirnya mendukung tercapainya hasil kerja yang diinginkan.

## KESIMPULAN

Ditemukan pola komunikasi yang terjadi dalam pengelolaan akun Instagram *@kominfonatuna*, mulai dari pimpinan hingga anggota. Pola komunikasi ini terbentuk berdasarkan aktivitas komunikasi yang disesuaikan dengan peran dan tanggung jawab masing-masing individu. Salah satunya adalah komunikasi vertikal dari atas ke bawah, yang menggambarkan bagaimana Kepala Bidang sebagai pimpinan berkomunikasi dengan para staf lainnya sebagai anggota. Selain itu, terdapat juga komunikasi vertikal dari bawah ke atas, di mana para staf sebagai bawahan berkomunikasi dengan Kepala Bidang sebagai pimpinan. Dalam komunikasi bawah ke atas ini, pihak yang terlibat sama seperti dalam komunikasi atas ke bawah, tetapi dimulai oleh anggota.

Selain komunikasi vertikal, terdapat pula komunikasi horizontal, yaitu komunikasi yang terjalin antara staf-staf dengan staf lainnya. Dari pola komunikasi yang terbentuk dalam bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik (PIKP) Diskominfo Kabupaten Natuna dalam mengelola akun Instagram, peneliti menemukan kesamaan dengan pola komunikasi bintang. Pola ini menunjukkan bahwa setiap anggota, baik Kepala Bidang, jurnalis, maupun desain grafis, memiliki kesempatan yang sama dalam berkomunikasi. Artinya, komunikasi dapat dilakukan antara individu tanpa hambatan yang dibebankan oleh kerangka kerja organisasi dan interupsi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R., & Wibowo, P. E. (2019). Strategi pengelolaan akun Instagram Diskominfo Provinsi DKI Jakarta dalam penyebaran informasi publik. *Jurnal Manajemen Informatika dan Sistem Informasi Bisnis*.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*. PT Adi Mahatsya.
- Bangko, S., Setiawati, M., & Sriganda, M. L. D. R. (2021). Pola komunikasi kelompok dalam mempertahankan eksistensi group band Element. *Jurnal Gandiwa*, 1(1), 44-54.
- Daffa, M. A. (2022). Strategi promosi media Kominfo Padang Panjang dalam mempertahankan eksistensinya di media sosial Instagram [Skripsi, Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batu Sangkar]. Repository UIN.

- Damayanti, E. P. (2022). Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana komunikasi pemerintah daerah (studi komparatif pada akun Instagram @bakohumasPalembang.kominfo dan @protokol\_kota\_palembang) [Skripsi, Universitas Sriwijaya]. Repository Unsri.
- Databoks Katadata. (2023, September 26). Pengguna Instagram RI tembus 100 juta orang per April 2023, terbanyak ke-4 di dunia. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/26/pengguna-instagram-ri-tembus-100-juta-orang-per-april-2023-terbanyak-ke-4-di-dunia>
- Diskominfo Natuna. (n.d.). Profil tentang. Diakses 19 Juli 2023, pukul 21:09 WIB, dari <https://diskominfo.natunakab.go.id/profil/tentang/>
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan media sosial Instagram pada akun @Yhoophii\_Official sebagai media komunikasi dengan pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32-41.
- Framanik, N. A., dkk. (2020). *Teori-teori komunikator*. Desanta Muliavisitama.
- Hartawan, Y., & Azka, Z. N. (2022). Pola komunikasi interpersonal kiai dan santri/santriwati dalam pembelajaran dakwah di Pesantren Darul Quran Cimalaka Kabupaten Sumedang. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 4995-5006.
- Khairuni, N. (2016). Dampak positif dan negatif sosial media terhadap pendidikan akhlak anak (studi kasus di SMP Negeri 2 kelas VIII Banda Aceh). *Jurnal Edukasi: Jurnal Bimbingan Konseling*, 2(1), 91-106.
- Malik, A., & Dhir, A. (2020). The role of visual content in engaging users on social media platforms: An empirical investigation of Facebook and Instagram posts by global brands. *Computers in Human Behavior Reports*.
- Manis, O., & Setyowati, Y. (2022). Pola komunikasi interpersonal kader komite kesejahteraan dan perlindungan anak dalam memperjuangkan kesejahteraan dan perlindungan anak. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(2), 144-154.
- Mas, S. R., & Haris, I. (2020). *Komunikasi dalam organisasi (teori dan aplikasi)*. UNG Press.
- Mendrofa, A. J., & Syafii, M. (2019). Pola komunikasi organisasi dalam meningkatkan eksistensi komunitas Marga Parna di Kota Batam (studi kasus komunitas Marga Parna di Kota Batu Aji Kota Batam). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(1).
- Muhammad, R. (2020). Peran Diskominfo dalam upaya menyampaikan informasi Covid-19 di Kabupaten Majalengka [Skripsi, Universitas Pasundan].
- Nainggolan, N. T., dkk. (2021). *Komunikasi organisasi: Teori, inovasi, dan etika*. Yayasan Kita Menulis.

- Nashrullah, M., dkk. (2023). *Metodologi penelitian pendidikan*. Umsida Press.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Harfa Creative Pratama.
- Pratama, I., & Nugroho, A. (2020). Peranan Dinas Komunikasi dan Informatika dalam menyebarkan informasi publik melalui media sosial Instagram di Kota Surakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi Terapan*.
- Purba, B., dkk. (2020). *Ilmu komunikasi sebuah pengantar*. Yayasan Kita Menulis.
- Puspitarini, D. S. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & Budiarti, M. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perilaku remaja. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1).
- Rahartri. (2019). Media komunikasi efektif pada layanan jasa informasi: Studi kasus di kawasan Pusat Penelitian Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (Puspittek). *Jurnal Media Pustakawan*, 26(2), 109-117.
- Robbins, S. P. (2001). *Perilaku organisasi: Konsep, kontroversi, aplikasi* (Edisi 8, jilid 1). Prenhallindo.
- Romadhoni, F. (2017). Pola komunikasi di kalangan pecandu game online Let's Get Rich di komunitas Xlite Tenggara. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 235-247.
- Romadona, M. R., & Setiawan, S. (2020). Komunikasi organisasi dalam fenomena perubahan organisasi di lembaga penelitian dan pengembangan. *Jurnal Pekommas*, 5(1), 91-104.
- Rumengan, I., Koagouw, F. V. I. A., & Kalangi, J. S. (2020). Pola komunikasi dalam menjaga kekompakan anggota group band Royal Worship Alfa Omega Manado. *Jurnal Acta Diurna*, 2(3), 1-19.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. KBM Indonesia.
- Santoso, D. Y. (2020). Pola komunikasi InfoPku dalam mengelola konten sosial media [Skripsi, Universitas Islam Riau].
- Sari, R. T. (2017). Pola komunikasi Komisi Penanggulangan AIDS (KPA) Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan HIV dan AIDS pada penjaja seks dan guy [Skripsi, Universitas Islam Riau].
- Siregar, R. T., dkk. (2021). *Komunikasi organisasi*. Widina Bhakti Persada.
- Soesanto, E. A. P. (2013). Aplikasi Instagram sebagai media komunikasi pemasaran online shop (studi deskriptif kualitatif aplikasi Instagram

sebagai media komunikasi pemasaran online shop) [Skripsi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur].

Sugito, dkk. (2022). *Media sosial (inovasi pada produk & perkembangan usaha)*. Universitas Medan Area Press.

Wikipedia. (2023, Oktober 30). Instagram. Diakses 30 Oktober 2023, pukul 19:43 WIB, dari <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Instagram>