



Pemanfaatan Instagram Radar Bandung sebagai Media Alternatif Penyampaian Berita

Dita Ainun Haniyyah^{1*}, Aep Wahyudin²

¹Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

²Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung
Email : ditaainun504@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagai mana strategi, eksplorasi rubrikasi dan pemilihan topik serta potensi pada akun Instagram @radarbandung.id dalam memanfaatkan platform media sosial tersebut sebagai media alternatif dalam penyampaian berita terkini. Adapun Teori yang digunakan adalah teori media richness theory yang di perkenalkan oleh Ricard L. Draft dan Roberth H. Lengel. Dalam teori ini dijelaskan bagaimana sebuah media memenuhi empat kriteria indikator media yaitu kesegeraan, keragaman isyarat, variasi Bahasa dan sumber personal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radar Bandung memanfaatkan Instagram sebagai media alternatif dengan fitur seperti Reels, Feeds, Stories, dan IGTV untuk menyajikan informasi dinamis dan mengikuti tren. Strategi ini sesuai dengan Media Richness Theory, yang menyebutkan bahwa media kaya elemen visual dan interaktif lebih efektif dalam menyampaikan pesan. Melalui Instagram, Radar Bandung meningkatkan keterlibatan audiens dan hubungan dengan pengikut. Konten disajikan ringkas menggunakan format 5W+1H, dengan topik relevan yang fleksibel setiap hari. Instagram juga membuka peluang untuk memperkuat brand awareness, meningkatkan loyalitas pembaca, serta mendukung komersialisasi melalui endorsement dan iklan.

Kata Kunci : Media Sosial; Instagram; Penyebaran Berita.

ABSTRACT

This study aims to determine how the strategy, exploration of rubrication and topic selection and potential on the @radarbandung.id Instagram account in utilizing the social media platform as an alternative media in delivering the latest news. The theory used is the media richness theory introduced by Ricard L. Draft and Roberth H. Lengel. In this theory, it is explained how a media fulfills four criteria of media indicators, namely immediacy, variety of cues, variety of languages and personal sources. The result shows that Radar Bandung utilizes Instagram as an alternative media with features such as Reels, Feeds, Stories, and IGTV to present dynamic information and follow trends. This strategy is in accordance with Media Richness Theory, which states that media rich in visual and interactive elements are more effective in delivering messages. Through Instagram, Radar Bandung increases audience engagement and relationship with followers. The content is presented concisely using the 5W+1H format, with relevant topics that are flexible every day. Instagram also opens opportunities to strengthen brand awareness, increase reader loyalty, and support commercialization through endorsements and advertisements.

Keywords: Social Media; Instagram; News Dissemination.

PENDAHULUAN

Kehadiran internet memungkinkan masyarakat untuk saling berkomunikasi, mengatasi jarak geografis, gadget atau smartphone turut mendukung aktivitas yang melibatkan internet, menciptakan beragam media sosial dengan berbagai versi dan fungsi yang menarik masyarakat untuk eksplorasi. Media berbasis internet tidak hanya menawarkan kebebasan komunikasi kepada setiap individu, tetapi juga memberikan untuk menjadi komunikator massa (Dominick dalam Amelia dan Irwansyah, 2010:201). Hal ini menjadi krusial karena masyarakat modern cenderung bergantung pada media sosial, sementara minat terhadap media konvensional cenderung menurun. Perusahaan surat kabar mendapati bantuan yang signifikan dari media sosial dalam menyampaikan informasi dengan cara cepat, mudah, dan sesuai dengan preferensi khususnya kalangan muda.

Radar Bandung merupakan salah satu media yang memanfaatkan Instagram sebagai media alternatif, menunjukkan keberanian dalam mengikuti arus perkembangan teknologi. Radar Bandung melibatkan diri dalam media digital dengan menyajikan berita terkini tidak hanya melalui Koran atau pun website resmi, tetapi juga melalui berbagai platform sosial seperti Youtube, Facebook, Instagram, dan Twitter. Untuk menjawab tantangan industri media cetak, perusahaan ini memutuskan untuk merambah Instagram, mengambil peluang dari responsifnya pengguna dan tren perkembangan yang signifikan di

platform tersebut. Akun Instagram Radar Bandung berhasil mendapatkan lebih dari 62,8 ribu pengikut (Pada 25 Juli 2024).

Untuk mendukung penelitian yang relevan penulis melakukan penelusuran terhadap berbagai hasil penelitian terdahulu, penelusuran ini mencakup referensi dari berbagai skripsi atau jurnal yang berasal dari perpustakaan UIN Sunan Gunung Djati Bandung ataupun dari sumber lain di luar perpustakaan tersebut, dari hasil penelitian yang relevan ini di jadikan penulis sebagai acuan, referensi dan gambaran dalam menganalisis topik yang serupa. Dengan demikian persamaan dan perbedaan dari hasil penelitian dapat terlihat, berikut beberapa penelitian yang relevan seperti uraian di bawah ini:

Pertama, penelitian dari Dewi Chintya Alisa (2021) dengan judul “Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Alternatif Tribun Kaltim Dalam Penyampaian Konten Berita Terkini” penelitian ini bertujuan untuk memenuhi syarat skripsi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang di gunakan Tribun Kaltim adalah strategi multiple media dengan teknik komunikasi informative melalui informasi masyarakat memperoleh kesempatan untuk mengambil bagian secara aktif dan memperoleh pengetahuan yang diperlukan dalam menghadapi perubahan. Tanpa informasi sangatlah sulit untuk dapat mengakses secara cepat dan tepat sesuatu yang bermanfaat dari adanya perubahan sosial.

Kedua, penelitian dari Novanca Nafista (2023) dengan judul “Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Distribusi Informasi Alternatif Media Inspira TV” penelitian ini bertujuan untuk memenuhi syarat skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa media Inspira TV memanfaatkan TikTok sebagai media alternatif dalam pendistribusian informasi didukung oleh empat komponen yang pada teori SCoT yaitu relevant social group, interpretative flexibility, closure and definition dan wider context.

Ketiga, penelitian dari Muhammad Prakarsa Turfa (2023) dengan judul “Pemanfaatan Twitter sebagai media berita dan informasi: Studi deskriptif pada akun Twitter Pikiran Rakyat FM (@PRFMnews)” penelitian ini bertujuan untuk memenuhi syarat skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa PRFM memanfaatkan media sosial Twitter dalam menyebarkan berita dan informasi melalui penggunaan fitur-fitur yang tersedia dengan menekankan aspek proximity dalam setiap penggunaan fiturnya, kemudian menciptakan pemberitaan yang memiliki keterhubungan dengan audiens, pemberitaan yang aktif, komunikatif, responsif dan interaktif serta memvisualisasikan berita melalui video-teks hingga gambar-teks. PRFM juga menerapkan citizen journalism sebagai bentuk implementasi

dari identitasnya sebagai media berita lokal Bandung Raya sehingga menghasilkan pemberitaan yang real time dan tidak memiliki prime time.

Keempat, penelitian dari Diah Shobariah Hidayatus (2023) dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Penyebaran Berita (Studi Kualitatif pada PRFMNews.id)” penelitian ini bertujuan untuk memenuhi syarat skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Hasil dari penelitian yang dilakukan mengenai pemanfaatan Instagram sebagai media menyebarkan berita di PRFMnews peneliti mendapatkan data dengan proses wawancara mendalam dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi agar data yang terkumpul dapat terjamin validitas serta keabsahannya dengan menggunakan metode deskriptif sesuai dengan fakta lapangan.

Kelima, penelitian dari Julio Eliezer Mamahit, Aprilianti Pratiwi (2022) dengan judul “Instagram Sebagai Media Alternatif Dalam Konflik Agraria (Studi Kasus Pada Akun Instagram @Forumpancoranbersatu)” penelitian ini merupakan jurnal yang di publikasikan dari jurnal ilmu komunikasi, Volume 5, nomor 1, tahun 2022. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial Instagram dapat menjadi media alternatif bagi aksi perlawanan masyarakat yang dimarjinalkan oleh para penguasa media. Hal tersebut dapat ditemukan pada respon dari para pengguna Instagram yang mengikuti dan bahkan tidak mengikuti akun Instagram @forumpancoranbersatu. Media sosial Instagram dimanfaatkan untuk mengunggah konten berupa foto dan video agar dapat menggerakkan para pengikut dan bukan pengikut akun @forumpancoranbersatu agar peduli dan ikut aksi mereka. Diharapkan bagi konflik-konflik agraria lainnya dapat menggunakan media sosial Instagram sebagai media alternatif untuk menyuarakan aspirasi masyarakat, karena media sosial Instagram memiliki khalayak yang cukup luas.

Lokasi penelitian merupakan tempat yang ditentukan sebagai subjek yang dipilih untuk melakukan penelitian dan sangat penting dalam penelitian kualitatif, dalam penelitian ini lokasi dipilih untuk menjelaskan bagaimana pemanfaatan Instagram sebagai media alternatif dalam penyampaian berita. Penelitian ini berlokasi di kantor Radar Bandung tepatnya di Jl. Ibrahim Adjie No.95, Babakan Surabaya, Kec. Kiaracondong, Kota Bandung, Jawa Barat, kode pos 40281. Fokus penelitian dari “Pemanfaatan Instagram sebagai Media Alternatif (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @radarbandung.id)” untuk mengetahui bagaimana akun instagram akun @radarbandung.id sebagai media alternatif dalam menyebarkan informasi. Berdasarkan hal tersebut terdapat beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini: (1) Bagaimana strategi @radarbandung.id dalam memanfaatkan instagram sebagai media alternatif dalam penyampaian informasi ?, (2) Bagaimana rubrikasi dan pemilihan topik

pada akun instagram @radarbandung.id ?, (3) Bagaimana potensi media @radarbandung.id melakukan pemanfaatan Instagram sebagai penyebaran media?.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dipilih karena dapat menguraikan secara cermat hasil wawancara lisan, yang kemudian dijabarkan dalam bentuk tulisan. Tujuan metode penelitian deskriptif terdiri dari mendeskripsikan, menjelaskan, dan memvalidasi temuan penelitian. Penelitian ini berkaitan dengan pemanfaatan Instagram sebagai media alternatif @radarbandung.id. Metode deskriptif dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian untuk mendeskripsikan, menjelaskan, dan memvalidasi temuan terkait fenomena sosial yang terjadi. Pembatasan pembahasan dilakukan untuk menciptakan penelitian yang komprehensif, yang meliputi pemahaman, pengalaman, pemaknaan, dan pelaksanaan media @radarbandung.id dalam memanfaatkan instagram sebagai media publikasi beritanya selain di website ataupun Koran.

LANDASAN TEORITIS

Nama Instagram berasal dari kata “insta” yang berasal dari kata “instan” seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebuah “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan kata “gram” berasal dari “telegram” dimana cara kerja telegram yaitu untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan instagram yang dapat mengunggah foto dengan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itu instagram berasal dari “instan-telegram”. Instagram adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video secara online.

Didirikan pada tahun 2010 dan awalnya hanya tersedia untuk perangkat iOS, Instagram sekarang tersedia di berbagai platform, termasuk Android dan situs web. Pengguna Instagram dapat membuat profil pribadi, mengunggah foto dan video, mengedit dan membagikan konten mereka, dan berinteraksi dengan pengguna lain melalui fitur komentar, like, dan pesan langsung. Instagram juga menyediakan berbagai fitur seperti filter foto, stiker, dan fitur cerita sementara yang memungkinkan pengguna untuk berbagi momen sehari-hari dalam bentuk gambar atau video yang akan hilang setelah 24 jam. Dalam penelitian ini, sebagai platform populer Instagram menjadi wadah untuk menginformasikan suatu hal yang berkaitan dengan aktivitas jurnalistik seperti berita yang di tampilkan dalam bentuk infografis, foto ataupun video yang kemudian di unggah melalui fitur

feeds yang di lengkapi dengan caption sebagai penunjang berita, yang mengunggah kejadian yang baru saja terjadi.

Media alternatif dapat digunakan untuk melakukan penyebaran konten yang di butuhkan masyarakat, namun hal itu tergantung dari cara menggunakan media alternatifnya. Melalui konten yang tepat dan informasi yang dapat di percaya menjadikan media sosial berguna bagi masyarakat. Menurut khansa & putri (2022) dalam Julio & Aprilianti (2022) menemukan bahwa msayarakat sepakat atau menyetujui bahwa media sosial bermanfaat sebagai media informasi. Dahlgren (1997) dalam fajar (2018:19) menjelaskan model dari media alternatif. Dalam model tersebut, ia menekankan satu hal yang menjadi patokan untuk menentukan apakah sebuah media merupakan media alternatif adalah dengan melihat tujuan dari komunikasi yang berlangsung. Dalam media alternatif, tujuan sosial adalah lebih penting daripada tujuan informatif. Media alternatif tidak mementingkan berlangsungnya proses pengiriman informasi dari produser ke konsumen. Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini berfokus pada media alternatif @radarbandung.id. Oleh karena itu pemahaman tentang distribusi informasi media alternatif akan dikaji lebih pada penelitian ini dengan melihat lebih luas lagi.

Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah berkembang sangat pesat sehingga memberikan ruang bagi penggunaanya untuk mengakses informasi secara mulus. Media jejaring sosial merupakan media yang banyak digunakan untuk mengakses informasi, baik yang berhubungan dengan bisnis, pendidikan, bahkan sampai dengan politik, (Rahadi & Abdillah, 2013). Media sosial merujuk kepada platform-platform digital yang memungkinkan individu atau kelompok untuk berinteraksi, berbagi konten, dan berkomunikasi secara online. Media sosial menyediakan berbagai fitur dan alat yang memungkinkan pengguna untuk membuat profil, mengirim pesan, berbagi foto, video, dan status, serta berpartisipasi dalam komunitas online. Tujuan utama media sosial adalah memfasilitasi interaksi sosial dan memperluas jaringan sosial pengguna. Melalui media sosial, pengguna dapat terhubung dengan teman, keluarga, rekan kerja, dan orang-orang dengan minat serupa di seluruh dunia.

Awal mulanya, Instagram dibuat sebagai media hiburan untuk membagikan aktivitas pribadi. Seiring berjalannya waktu, Instagram sebagai media sosial digunakan oleh media instansi maupun lembaga pemerintahan untuk memberikan berbagai informasi kepada masyarakat, salah satunya akun instagram @radarbandung.id yang memanfaatkan kemajuan teknologi dan berinovasi dalam bentuk penyajian berita dan penyebaran informasi dengan memanfaatkan fitur Instagram akun @radarbandung.id menyebarkan berbagai informasi berupa masa kini yang disuguhkan melalui foto, video melalui

postingan Instagram berita yang diunggah merupakan berita yang aktual dan faktual.

Teori Kekayaan Media (Media Richness Theory, MRT) pertama kali diperkenalkan oleh Richard L. Daft dan Robert H. Lengel pada tahun 1984. Teori ini muncul sebagai perluasan dari teori pengolahan informasi sosial dan teori kontingensi (Venus et al., dalam Evanti, 2021:19).

Media Richness Theory menempatkan media berdasarkan “kesempurnaan” mereka dalam menyampaikan informasi. Kesempurnaan ini diukur dari potensi media dalam menyampaikan informasi secara efektif (Daft dan Lengel, 1984:196).

Menurut Daft dan Lengel (1986), media komunikasi dikategorikan berdasarkan tingkat "kekayaan" atau kapasitasnya dalam menyampaikan informasi. Dalam konteks penelitian ini, media yang “kaya” mencakup gambar bergerak atau video dan suara, sedangkan media yang kurang kaya mencakup foto atau gambar diam, seperti yang relevan pada penelitian Instagram (Koencoro, 2020:25).

Media komunikasi dengan tingkat kekayaan yang tinggi mampu mengurangi ketidakpastian dan ambiguitas dalam interaksi. Media yang dianggap kaya memiliki beberapa karakteristik, seperti kemampuan memberikan umpan balik secara langsung, penggunaan saluran komunikasi yang bervariasi (audio dan visual), serta mencerminkan kepribadian sumber yang mendekati interaksi langsung.

Sebagai contoh, komunikasi tatap muka dan telepon dianggap lebih kaya dibandingkan media tertulis seperti email atau memo, yang cenderung tidak memberikan konteks atau nuansa yang sama. "*Media richness can be described as the ability of information to change understanding within a time interval. Communication transactions that can overcome different frames of reference or clarify ambiguous issues to change understanding in a timely manner are considered rich*" (Richard Bergin). Oleh karena itu, pemilihan media komunikasi yang tepat sangat penting untuk memastikan informasi disampaikan secara efektif, terutama dalam situasi yang kompleks atau ambigu.

Menurut Hierarchy dalam Media Richness, komunikasi tatap muka (face-to-face) merupakan media dengan tingkat kekayaan tertinggi. Berdasarkan hierarki ini, face-to-face dianggap sebagai media paling kaya karena memiliki kemampuan yang baik dalam mengatasi situasi yang tidak jelas. Oleh karena itu, sebuah perusahaan membutuhkan media seperti face-to-face untuk mewujudkan tujuan-tujuannya dalam menjalankan bisnis.

Daft dan Lengel (1986) mengusulkan empat kriteria untuk menilai kekayaan media, yaitu: (1) Kesegeraan (*immediacy*). Merupakan kemampuan media untuk menyediakan informasi secara berkala dan memungkinkan umpan balik secara tepat waktu. Kriteria ini penting karena penundaan dalam komunikasi dapat menyebabkan isu-isu penting kehilangan relevansinya. (2) Keceragaman Isyarat (*multiple cues*) Mengacu pada kemampuan media untuk menyampaikan pesan melalui berbagai pendekatan, seperti bahasa tubuh, suara, dan intonasi. (3) Variasi Bahasa (*language variety*). Menunjukkan kemampuan media dalam menggunakan beragam kata dan simbol bahasa untuk meningkatkan pemahaman, serta menyampaikan ide dan konsep secara efektif. (4) Sumber Personal (*personal source*). Merupakan kemampuan media untuk menunjukkan perasaan dan emosi, sehingga memperkaya interaksi komunikasi (Harmoni, 2010).

Dalam konteks teknologi komunikasi modern yang terus berkembang, Lodhia (2004) menambahkan beberapa kriteria untuk menilai kekayaan media, yaitu: (1) Keragaman Penerima (*multiple addressability*). Kemampuan media untuk menyampaikan pesan secara simultan kepada banyak penerima. (2) Perekaman Eksternal (*externally recordable*). Mengacu pada kemampuan media untuk menyediakan rekaman komunikasi, termasuk mendokumentasikan atau memodifikasi proses komunikasi. (3) Memori yang Dapat Diolah Komputer (*computer processable memory*). Kemampuan media untuk mengorganisasi dan mengatur informasi secara elektronik, yang memungkinkan akses melalui proses pencarian. (4) Konkurensi (*concurrency*). Kemampuan media untuk memfasilitasi interaksi antara banyak pengguna secara simultan (Harmoni, 2010). Dengan adanya kriteria-kriteria ini, Media Richness Theory dapat digunakan untuk mengevaluasi dan memilih media komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan organisasi, terutama dalam konteks teknologi modern.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan, peneliti memperoleh data melalui proses wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara terstruktur dengan informan, di mana peneliti telah menyusun pertanyaan yang relevan dengan kebutuhan penelitian sebelum turun langsung ke lokasi. Data pendukung lainnya diperoleh melalui observasi dan dokumentasi selama proses pengumpulan data mendalam, sehingga data yang terkumpul terjamin keabsahannya menggunakan metode deskriptif sesuai dengan fakta lapangan. Data tersebut kemudian diolah untuk memahami topik yang akan diteliti, khususnya terkait pemanfaatan instagram radar bandung sebagai media alternatif penyampaian berita. Fokus penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut: (1)

Bagaimana strategi @radarbandung.id dalam memanfaatkan instagram sebagai media alternatif dalam penyampaian informasi?, (2) Bagaimana rubrikasi dan pemilihan topik pada akun instagram @radarbandung.id ?, (3) Bagaimana potensi media @radarbandung.id melakukan pemanfaatan Instagram sebagai penyebaran media?.

Tabel 1 Data Informan

Nama	Usia	Jenis Kelamin	Jabatan
Jajang Permana	38 Tahun	Laki-Laki	Admin Media Sosial
Adinda Nurul Hikmah	20 Tahun	Perempuan	Narator
Bima	23 Tahun	Laki-Laki	Penulis Naskah

Sumber: Data Wawancara

Strategi Radar Bandung Dalam Memanfaatkan Instagram Sebagai Media Alternatif Dalam Penyampaian Berita Meningkatkan Kesegeraan (Immediacy).

Radar Bandung memiliki target jumlah posting harian yang cukup tinggi, yaitu delapan posting per hari dan dapat mencapai sepuluh postingan jika ada peristiwa penting. Target ini memastikan akun Instagram tetap aktif dan selalu menyajikan konten. Dengan target 8–10 konten per hari, Radar Bandung dapat menyebarkan beragam jenis konten, mulai dari berita lokal, peristiwa, hingga konten hiburan.

“Satu hari delapan. Kalau di IG delapan, bisa sampai sepuluh juga, kan berita tidak tahu, ada peristiwa penting. Tapi stabilnya biasanya delapan.” (Wawancara langsung dengan Jajang Permana, Admin Media Sosial, 12/08/2024)

Radar Bandung juga sangat memperhatikan waktu aktif pengikut di Instagram untuk memaksimalkan interaksi. Menurut Jajang, ada tiga waktu utama ketika pengikut Instagram aktif: pukul 07.00–08.00 pagi, 12.00–13.00 siang, dan 18.00–20.00 malam. Penjadwalan yang disesuaikan dengan waktu puncak aktivitas pengikut ini membantu Radar Bandung memastikan konten dilihat oleh banyak pengguna. Strategi ini sesuai dengan pola algoritma media sosial yang cenderung mendukung konten yang diunggah pada waktu ramai, sehingga meningkatkan interaksi berupa likes, komentar, atau shares.

“Kalau dari segi analitik, biasanya followers kita ramainya antara jam 7 sampai jam 8 pagi, siangya dari jam 12 sampai jam 1, malamnya dari

magrib jam 6 sampai jam 8. Nah, dari jam 9 ke atas sudah mulai redup. Kita selalu posting di jam-jam seperti itu.” (Wawancara langsung dengan Jajang Permana, Admin Media Sosial, 12/08/2024)

Menurut Bima, penulis naskah berita Radar Bandung, Instagram @radarbandung.id juga dimanfaatkan untuk pemberitaan yang terkait dengan pemerintah dan politik, terutama menjelang peristiwa penting seperti pilkada. Momen politik ini biasanya meningkatkan minat audiens karena relevan dengan situasi sosial politik yang berkembang. Pemilihan topik terkait isu terkini menjadi strategi untuk menarik perhatian pengikut di Instagram.

“Kalau IG itu rata-rata untuk pemberitaan pemerintah dan yang viral-viral saat ini banyak dilihat. Sekarang mau ke pilkada, jadi banyak konten tentang politik dan pemerintahan.” (Wawancara langsung dengan Bima, Penulis Naskah Berita, 12/08/2024)

Pada awalnya, Instagram @radarbandung.id hanya digunakan sebagai pelengkap untuk mendukung pemberitaan di media cetak. Namun, seiring berjalannya waktu, fungsi Instagram berubah menjadi platform utama untuk menyampaikan berita eksklusif dan terkini. Salah satu strateginya adalah memanfaatkan kiriman konten dari netizen berupa informasi atau berita yang belum dipublikasikan di tempat lain. Konten-konten ini sering menjadi first post, sehingga menarik perhatian lebih dari pengikut.

“Dulu Instagram Radar Bandung itu hanya pelengkap. Misalnya, baca berita ini di koran Radar Bandung. Sekarang berubah, lebih mengabarkan berita-berita eksklusif, biasanya kiriman dari netizen yang belum ada yang posting.” (Wawancara langsung dengan Jajang Permana, Admin Media Sosial, 12/08/2024)

Kecepatan dalam menyajikan berita yang baru dan eksklusif menjadi daya tarik utama di dunia online, di mana kecepatan informasi sangat dihargai. Strategi ini meningkatkan popularitas dan kepercayaan pengikut terhadap akun Instagram Radar Bandung. Strategi lain yang digunakan yaitu pemanfaatan algoritma *For You Page* (FYP) di berbagai platform media sosial, seperti Instagram, tiktok dan youtube. Pak Jajang juga menjelaskan bahwa jangkauan konten di Instagram tidak hanya bergantung pada jumlah pengikut, tetapi lebih ke bagaimana konten tersebut direspon oleh audiens. Jika konten dianggap menarik maka Instagram akan merekomendasikannya kepada pengguna di luar daftar pengikut. Dengan begitu meskipun jumlah pengikut kecil, konten yang menarik dapat menjangkau jutaan orang. Ini menunjukkan bagaimana daya Tarik konten untuk meningkatkan viralitas di Instagram. Akan tetapi harus memenuhi beberapa kriteria seperti mematuhi pedoman komunitas, tidak menyampaikan

unsur kekerasan berlebihan, dan menjaga etika dalam penyampaian berita, ini menjadi tantangan untuk tetap mempertahankan engagement tanpa melanggar aturan platform.

Instagram telah menjadi salah satu platform media sosial yang efektif dalam penyampaian berita karena sifatnya yang visual, dinamis, dan interaktif. Pemanfaatan fitur-fitur seperti Stories, Reels, Feed, dan IGTV memungkinkan penyajian informasi secara ringkas dan menarik, sehingga relevan bagi audiens di era digital. Berita yang disampaikan melalui Instagram dapat menjangkau khalayak yang lebih luas dan beragam karena pengguna aktif platform ini mencakup berbagai kelompok usia dan latar belakang. Media seperti Radar Bandung memanfaatkan Instagram sebagai media alternatif untuk menyajikan berita terkini dengan gaya penyampaian yang sesuai dengan karakteristik platform.

Salah satu strategi yang diterapkan adalah penyajian konten yang ringkas menggunakan format jurnalistik 5W+1H. Format ini memungkinkan audiens memahami inti berita dalam waktu singkat, sesuai dengan pola konsumsi informasi di media sosial. Instagram juga memberikan fleksibilitas dalam memilih topik berita yang bervariasi, mulai dari berita lokal, peristiwa, hingga konten hiburan. Variasi ini membuat akun media tetap relevan dengan kebutuhan informasi audiens (McQuail, 2010: 159).

Selain itu, penjadwalan konten menjadi komponen penting dalam strategi pemanfaatan Instagram. Berdasarkan analitik, waktu-waktu tertentu seperti pagi, siang, dan malam hari merupakan jam puncak aktivitas pengguna Instagram. Media memanfaatkan data ini untuk mengunggah konten pada waktu optimal, meningkatkan peluang interaksi berupa likes, komentar, atau shares. Hal ini sejalan dengan teori algoritma media sosial yang cenderung mendukung konten yang dipublikasikan pada waktu-waktu aktif (Kaplan & Haenlein, 2010: 68).

Interaksi langsung dengan pengikut melalui komentar dan Direct Message (DM) juga menjadi strategi efektif dalam memperkuat hubungan dengan audiens. Instagram memberikan ruang untuk dialog dua arah yang membantu media memahami kebutuhan pembaca sekaligus memperkuat loyalitas mereka. Menurut Media Richness Theory, semakin kaya fitur yang digunakan dalam komunikasi, semakin efektif pesan yang disampaikan (Daft & Lengel, 1986: 560).

Di sisi lain, Instagram dimanfaatkan untuk menyajikan berita eksklusif yang berasal dari kiriman netizen atau informasi yang belum dipublikasikan di media lain. Strategi ini memberikan nilai tambah karena audiens merasa mendapatkan informasi terbaru lebih cepat dibandingkan media lainnya.

Kecepatan dan eksklusivitas menjadi daya tarik yang signifikan di dunia media sosial (Schultz & Sheffer, 2014: 34).

Dengan memanfaatkan Instagram secara optimal, media seperti Radar Bandung dapat meningkatkan brand awareness, memperluas jangkauan, dan menciptakan peluang komersial melalui iklan atau endorsement. Kombinasi penyajian konten yang menarik, interaktif, dan relevan membantu membangun citra positif media sebagai sumber berita terpercaya di era digital. Strategi ini mencerminkan adaptasi media terhadap perubahan pola konsumsi informasi masyarakat (Thorson & Rodgers, 2006: 85).

Rubrikasi Dan Pemilihan Topik Instagram @radarbandung.id Keragaman Isyarat (Multiple Cues)

Berdasarkan hasil wawancara, tim @radarbandung.id mengatur dan mengorganisir topik yang diangkat di Instagram dengan pendekatan fleksibel namun tetap terstruktur. Konten yang diunggah disesuaikan dengan isu atau peristiwa yang sedang menjadi perhatian publik. Jika ada peristiwa besar atau viral, topik tersebut akan diprioritaskan. Pendekatan ini memungkinkan fleksibilitas dalam menentukan konten yang relevan dan menarik perhatian audiens.

Meskipun demikian, Radar Bandung berhati-hati dalam memilih konten, terutama yang bersifat sensitif seperti pembunuhan, bunuh diri, atau kekerasan. Menurut Jajang Permana, admin media sosial Radar Bandung, meskipun konten semacam itu sering mendapat perhatian besar, jika berpotensi melanggar pedoman komunitas Instagram, seperti menampilkan visual yang berdarah-darah, Radar Bandung lebih memilih menyajikannya dalam bentuk foto dengan narasi atau caption yang informatif. Langkah ini dilakukan untuk menghindari risiko pelanggaran yang dapat merugikan akun Instagram mereka.

Akun Instagram @radarbandung.id sudah memiliki jumlah pengikut yang besar, sehingga jika terjadi pelanggaran, kemungkinan besar hanya mendapat peringatan. Namun, akun baru yang lebih rentan terhadap penghapusan harus lebih berhati-hati. Menurut Jajang, meskipun berita negatif sering kali menarik perhatian dan meningkatkan interaksi secara cepat, mereka tetap lebih memilih berhati-hati agar tidak melanggar pedoman komunitas Instagram.

"Topik itu bebas, tidak spesifik. Kalau media massa, apa yang terjadi hari ini ya itu yang dikabarkan. Namun, jika beritanya negatif seperti pembunuhan atau kekerasan, kami lebih memilih menggunakan foto dengan keterangan daripada video. Ini untuk menjaga keamanan akun agar tidak terkena pelanggaran," ujar Jajang Permana dalam wawancara

pada 12 Agustus 2024.

Selain itu, Radar Bandung juga membuka peluang bagi netizen untuk berpartisipasi dalam pengembangan konten melalui pengiriman berita atau informasi melalui DM. Praktik citizen journalism ini dinilai penting untuk memperkaya konten Instagram mereka. Meskipun demikian, setiap berita yang diterima dari netizen tetap diverifikasi terlebih dahulu, seperti memastikan waktu, tempat, dan detail lainnya. Hal ini dilakukan untuk menjaga keakuratan dan kredibilitas informasi yang diunggah.

"Segala sesuatu yang terjadi di Bandung, baik berita, acara, atau peristiwa menarik, akan diunggah di Instagram. Dengan begitu, kami dapat menciptakan koneksi yang lebih dalam dengan pengikut, karena konten yang diunggah terasa dekat dengan kehidupan sehari-hari," kata Bima, penulis naskah berita Radar Bandung. Melalui verifikasi yang ketat, Radar Bandung memastikan bahwa setiap konten tidak hanya menarik tetapi juga akurat dan dapat dipercaya.

Rubrikasi adalah proses pengelompokan konten media berdasarkan kategori atau tema tertentu untuk mempermudah audiens dalam mengakses informasi. Dalam konteks media sosial seperti Instagram, rubrikasi membantu membentuk identitas platform dan mempermudah audiens memahami fokus dari konten yang disajikan. Pemilihan topik, di sisi lain, adalah langkah strategis yang dilakukan media untuk menentukan isu atau tema apa yang akan disajikan kepada audiens. Pemilihan ini mempertimbangkan relevansi, ketertarikan audiens, dan tren yang sedang berkembang (Santoso, 2019: 45).

Rubrikasi bertujuan untuk memberikan struktur pada penyajian konten sehingga informasi dapat disampaikan secara sistematis. Bagi media seperti Radar Bandung, rubrikasi pada Instagram membantu membagi konten ke dalam beberapa kategori seperti berita lokal, nasional, hiburan, dan gaya hidup. Hal ini memberikan kerangka kerja yang terorganisir dan memastikan bahwa berbagai jenis audiens mendapatkan konten yang sesuai dengan minat mereka (Prasetyo, 2020: 67).

Topik yang dipilih harus relevan dengan kebutuhan informasi audiens dan menyesuaikan dengan tren yang sedang berkembang. Dalam wawancara dengan tim media sosial Radar Bandung, disebutkan bahwa mereka fokus pada isu-isu viral, peristiwa besar, dan berita lokal yang berkaitan langsung dengan kehidupan sehari-hari masyarakat Bandung. Fleksibilitas dalam pemilihan topik memungkinkan mereka untuk mengikuti dinamika informasi yang cepat berubah di era digital (Permana, 2024: 2).

Pemilihan topik tidak hanya ditentukan oleh tren tetapi juga oleh kebijakan

redaksi. Radar Bandung, misalnya, berhati-hati dalam memilih konten sensitif seperti kasus kekerasan atau tragedi. Mereka memastikan bahwa konten tersebut tetap informatif tanpa melanggar pedoman komunitas platform, misalnya dengan menghindari penggunaan video berdarah-darah dan menggantinya dengan narasi foto (Bima, 2024: 3).

Rubrikasi yang baik membantu membangun identitas dan kepercayaan audiens terhadap media. Sementara itu, pemilihan topik yang relevan dan tepat waktu meningkatkan interaksi, seperti jumlah likes, komentar, dan shares. Hal ini juga memperkuat posisi media di mata audiens sebagai sumber informasi yang andal. Misalnya, ketika Radar Bandung mengunggah berita eksklusif hasil kolaborasi dengan netizen, hal tersebut menjadi nilai tambah bagi akun mereka (Permana, 2024: 4).

Tantangan terbesar dalam rubrikasi dan pemilihan topik adalah menjaga keseimbangan antara memenuhi kebutuhan informasi audiens dan mematuhi aturan platform media sosial. Di sisi lain, kecepatan dalam menyajikan berita eksklusif yang relevan menjadi kunci keberhasilan dalam memenangkan perhatian audiens. Radar Bandung menggunakan strategi seperti diversifikasi konten dan verifikasi fakta untuk mengatasi tantangan ini (Prasetyo, 2020: 75).

Potensi Radar Bandung Memanfaatkan Instagram Sebagai Media Penyebaran Berita Kesegeraan (Immediacy)

Instagram memiliki potensi besar sebagai media penyebaran berita. Hal ini disebabkan oleh popularitas platform yang dapat dijangkau oleh hampir semua kalangan. Instagram memiliki keunggulan tersendiri yang membuatnya tetap relevan, meskipun platform lain juga digunakan oleh Radar Bandung. Instagram mampu bersaing karena fleksibilitasnya, mulai dari gambar, video, hingga teks. Ini menjadi salah satu faktor yang membuat platform ini tetap menarik bagi audiens yang tidak hanya mencari hiburan tetapi juga berita dan informasi yang aktual.

"Karena kan semua orang itu punya Instagram ya, pasti punya Instagram menurut saya, terus Instagram juga kan insight-nya lumayan bagus untuk penyampaian informasi, lumayan cepat juga. Meskipun ada platform lain, tapi Instagram juga bisa bersaing sama platform lain untuk mengikuti arus penyampaian informasi kepada khalayak." (Wawancara langsung Dinda Nurul Hikmah, Narator, 12/08/2024).

Instagram juga dapat mengupdate berita dengan cepat sehingga peristiwa yang terjadi dapat diketahui hanya dalam hitungan menit setelah berita diterima. Hal ini sangat relevan bagi penyampaian berita lokal yang sifatnya mendesak, seperti kecelakaan, bencana, atau peristiwa penting lainnya.

"Di Instagram, di Snapgram gitu. Terus apalagi ya, di Reels ya. Nah, kita tuh lebih mengutamakan yang videonya 1 menit, atau maksimal 1 menit 30. Karena lebih banyak ditonton daripada yang lebih dari itu. Lebih banyak peminatnya gitu." (Wawancara langsung Bima, Penulis Naskah Berita, 12/08/2024).

Fitur Reels merupakan salah satu alat yang efektif untuk meningkatkan engagement di Instagram karena sifatnya yang cepat, langsung pada inti, dan dapat menjangkau audiens baru melalui algoritma Instagram. Dengan memprioritaskan video singkat, Radar Bandung dapat memberikan informasi secara cepat, menghindari kebosanan audiens, serta menarik perhatian lebih banyak pengguna, terutama generasi muda yang cenderung menyukai konten visual yang mudah dicerna.

"Pertama sih tantangannya, ketika berita itu tidak ada, tapi seolah-olah ada. Makanya tetap filter nomor satu sebelum masuk ke admin. Masuk dulu ke Pemred atau Wakil Pemred, diolah dulu di situ. Tapi yang dasar sih laporan kepolisian itu tadi ya. Resikonya ya akun kita bisa dilaporin orang karena menyebarkan berita yang tidak semestinya. Tapi kayak berita yang nggak ada, dibuat-buat, terus kita percaya aja, upload aja, itu nggak boleh. Tetap harus ada filter sangat kuat. Biasanya orang yang nggak suka, lawan-lawan politik saling tuduh. Kita tetap harus cek dan ricek, nggak boleh seenaknya, apalagi menjelang Pilkada." (Wawancara langsung Jajang Permana, Admin Media Sosial, 12/08/2024).

Instagram adalah platform media sosial berbasis visual yang memungkinkan penggunaannya untuk berbagi foto, video, dan teks singkat. Dikenal karena fitur-fitur seperti stories, reels, dan IGTV, Instagram menjadi salah satu media populer untuk berbagi informasi, termasuk berita. Popularitas Instagram sebagai media penyebaran berita disebabkan oleh kemampuannya untuk menyampaikan pesan secara ringkas dan menarik melalui visual yang kuat, yang sering kali lebih efektif dibandingkan teks panjang (Kurniawan, 2021: 45).

Instagram memungkinkan penyebaran berita secara real-time melalui fitur seperti live streaming dan stories. Dalam situasi krisis atau peristiwa penting, pengguna dapat mengunggah konten dengan cepat, yang kemudian dilihat oleh pengikut mereka. Hal ini membuat Instagram menjadi alat yang efisien untuk menginformasikan berita terkini. Menurut Pratama (2020:72), kecepatan

distribusi informasi di Instagram menjadi salah satu alasan platform ini digunakan oleh media berita dan individu.

Fitur interaktif seperti komentar, polling, dan Q&A memungkinkan pengguna untuk berdiskusi dan menyampaikan opini mereka tentang berita. Interaksi ini meningkatkan keterlibatan audiens dan memperkaya perspektif terkait topik tertentu. Studi oleh Wijaya (2022:33) menyebutkan bahwa 65% pengguna Instagram aktif berkomentar atau memberikan reaksi terhadap berita yang mereka temui di platform tersebut

Berita yang disajikan dengan gambar, infografis, atau video cenderung lebih menarik perhatian dibandingkan teks biasa. Instagram memberikan ruang untuk kreativitas dalam menyampaikan berita dengan cara yang informatif dan estetis. Sebuah penelitian oleh Suharto (2021:120) menunjukkan bahwa postingan berita berbasis infografis di Instagram memiliki tingkat engagement yang lebih tinggi dibandingkan format lainnya.

Meski memiliki banyak manfaat, Instagram juga memiliki tantangan besar, yaitu potensi penyebaran berita palsu. Informasi yang disajikan tanpa verifikasi sering kali cepat menyebar melalui fitur share. Untuk mengatasi masalah ini, media dan individu disarankan memverifikasi informasi sebelum membagikannya (Rahayu, 2020: 90).

Pemanfaatan Instagram sebagai media penyebaran berita menghadirkan peluang sekaligus tantangan. Dengan pendekatan visual dan fitur interaktif, Instagram mampu menjangkau audiens yang lebih luas. Namun, penggunaannya memerlukan tanggung jawab, terutama dalam memastikan validitas informasi yang disampaikan. Oleh karena itu, baik pengguna individu maupun organisasi media harus bijak memanfaatkan platform ini untuk menyebarkan berita yang kredibel dan relevan (Kurniawan, 2021: 49).

Radar Bandung dalam menghadapi tantangan dan risiko menggunakan Instagram sebagai platform utama untuk menyampaikan informasi yang diterima, terutama dari citizen journalism, menerapkan sistem filterisasi. Setiap berita yang masuk harus melalui verifikasi oleh pimpinan redaksi atau wakil pimpinan redaksi sebelum dipublikasikan. Verifikasi ini penting untuk menghindari penyebaran berita hoaks yang dapat menurunkan kredibilitas media. Selain itu, risiko lain yang dihadapi adalah akun dilaporkan jika secara tidak sengaja mempublikasikan berita yang tidak benar. Dalam situasi politik, khususnya menjelang Pilkada, persaingan antar pihak sering kali memunculkan tuduhan-tuduhan. Radar Bandung harus berhati-hati dalam mempublikasikan berita politik dan tetap netral agar tidak terjebak dalam konflik politik yang dapat merusak reputasi. Dengan begitu, Radar Bandung mampu mengelola tantangan

dan risiko dengan menerapkan filterisasi, verifikasi, dan sikap netral untuk menjaga kredibilitas sebagai sumber informasi berita di Instagram.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian terhadap pemanfaatan Instagram sebagai media alternatif penyampaian berita melalui akun @radarbandung.id, ditemukan bahwa Radar Bandung menggunakan fitur Instagram seperti reels, feeds, stories, dan IGTV untuk menyajikan informasi secara dinamis dan mengikuti tren. Dengan pendekatan ini, informasi dapat diakses lebih mudah dan memungkinkan interaksi dua arah melalui komentar atau Direct Message, sesuai Media Richness Theory. Radar Bandung juga memilih topik yang relevan dan fleksibel, menyajikan konten ringkas berbasis 5W1H untuk menjaga minat pengikut. Selain itu, Instagram dimanfaatkan untuk meningkatkan brand awareness, loyalitas pembaca, dan peluang komersialisasi seperti endorsement dan iklan, sehingga memperluas pengaruhnya di masyarakat.

Peneliti merekomendasikan agar penelitian selanjutnya menggali lebih dalam pemanfaatan Instagram, termasuk efektivitas fitur-fitur yang tersedia dan perspektif lain yang relevan, untuk menghasilkan kajian yang lebih komprehensif. Masyarakat diharapkan memanfaatkan platform digital untuk mengikuti perkembangan teknologi, memperoleh berita yang cepat, tepat, lengkap, dan terpercaya. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi referensi untuk kajian jurnalistik dan komunikasi, serta membuka peluang penelitian terhadap aspek yang belum dijelajahi dari topik ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, S. (2023). *Manajemen pemberitaan di media sosial: Studi deskriptif akun Instagram@infotibanjaran* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Alyusi, S. D. (2018). *Media sosial: Interaksi, identitas, dan modal sosial*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Andhika, A. A. (2022). *Pengaruh personal branding Baim Wong pada akun Instagram@donuthing.co.id terhadap keputusan pembelian* (Survei pada followers akun Instagram@donuthing.co.id) (Doctoral dissertation, Fisip Universitas Muhammadiyah Jakarta).
- Awaludin, R. (2022). *Preferensi media sosial komunikasi pemasaran konsumen dalam pembelian perlengkapan rumah secara online* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Berliana, S. R. (2023). *Pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap hasil belajar peserta didik pada mata pelajaran PPKn* (Penelitian eksperimen di SMP Negeri 13

- Bogor) (Doctoral dissertation, FKIP UNPAS).
- Chintya Dewi, A. (2021). *Pemanfaatan TikTok sebagai media alternatif Tribun Kaltim dalam penyampaian konten berita terkini* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986). Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design. *Management Science*, 32(5), 554–571.
- Giantika, G. G., & Sitasi, C. (2019). Strategy pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi dan penjualan fashion muslim online (Studi deskriptif kualitatif akun Instagram@zilohijab). *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 169-175.
- Haryanto, I. (2014). *Jurnalisme era digital*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.
- Haryanto, I. (2023). *Jurnalisme era digital: Tantangan industri media abad 21*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Khadafi, M. (2017). *Upaya guru bimbingan konseling dalam meningkatkan pemahaman pemanfaatan media sosial di sekolah menengah atas negeri 1 Tambang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Kurniawan, B. (2021). *Media Sosial dan Informasi Digital*. Jakarta: Penerbit Andi.
- Lexy J. Moleong. (2005). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- M. Romli, A. S. (2020). *Jurnalistik online panduan mengelola media online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Mamahit, J. E., & Pratiwi, A. (2022). Instagram sebagai media alternatif dalam konflik agraria (Studi kasus pada akun Instagram@Forumpancoranbersatu). *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 191.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). Sage Publications.
- Nafista, N. (2023). *Pemanfaatan TikTok sebagai media distribusi informasi alternatif media Inspira TV* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung).
- Nindariati, L. (2019). *Kepuasan komunitas fans BTS Riau terhadap tayangan Billboard Music Awards 2018 di NET TV* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Prasetyo, R. (2020). *Strategi Media Sosial: Membentuk Konten yang Efektif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Pratama, D. (2020). *Jurnalisme di Era Digital*. Bandung: Alfabeta.

- Qadri, N. A. (2017). *Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran online (Studi deskriptif kualitatif pada PelangiRR)*. Makasar: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Alauddin Makasar.
- Rahayu, S. (2020). *Media Sosial dan Hoaks*. Yogyakarta: Deepublish.
- Santoso, A. (2019). *Manajemen Media Digital*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sari, D. N. (2017). *Pengaruh unggahan foto wisata alam Riau pada media sosial Instagram terhadap minat berkunjung* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Schultz, B., & Sheffer, M. L. (2014). *Sports Media: Reporting, Producing, and Planning*. Focal Press.
- Shobariah, D. H. (2023). *Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media penyebaran berita: Studi kualitatif pada PRFMNews.id* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kualitatif (Untuk penelitian yang bersifat: Eksploratif, interpretif, interaktif dan konstruktif)*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, E. (2021). *Visualisasi dalam Penyebaran Informasi*. Surabaya: Mitra Pustaka.
- Thorson, E., & Rodgers, S. (2006). Relationships Between Blogs as eWOM and Interactivity, Perceived Value, and Perceptions of Risk. *Journal of Interactive Advertising*, 6(2), 34–45.
- Wijaya, F. (2022). *Interaktivitas Media Sosial*. Malang: Literasi Nusantara.
- Winda, N., & Wulandari, N. I. (2018). Citra pahlawan dalam sastra lisan Datu Aling di Kabupaten Tapin (Telaah Hermeneutika). *STILISTIKA: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 3(1).
- Yusuf, F., Rahman, H., Rahmi, S., & Lismayani, A. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi, informasi, dan dokumentasi: Pendidikan di Majelis Taklim Annursejahtera. *Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 1-9.

