PERAN MEDIA SOSIAL SUARA.COM DALAM MENJAGA EKSISTENSINYA SEBAGAI MEDIA BERITA

Frisca Ivena Archie[1], Ester Krisnawati[2]
Universitas Kristen Satya Wacana
Email: friscaarchie10@gmail.com[1]

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan internet yang begitu pesat saat ini membuat semua kegiatan masyarakat terhubung dengan media sosial. Dari yang dulunya masyarakat memperoleh informasi melalui radio, televisi, dan surat kabar, saat ini setiap individu dapat memperoleh informasi terbaru memalui media sosial saja, seperti *Instagram, Facebook, TikTok,* Website, dan media lainnya. Dengan keberadaan media sosial tersebut membuat setiap media berita berlomba-lomba dalam menarik audiens pembacanya. Salah satunya media berita Suara.com, bagaimana media tersebut dalam menjaga eksistensinya sebagai media berita agar audiensnya tetap membaca dan memperoleh berita dari Suara.com. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan melakukan wawancara, pengumpulan data, dan observasi pada akun media sosial Suara.com. Hasil penelitian ini adalah Mempertahankan eksistensi dan *awerness* audiens terhadap Suara.com, diperlukan adanya konsistensi dalam membuat berita dan konten. Pembuatan berita yang dikemas secara menarik dan membangun hubungan yang interaktif dengan audiens dapat membangun citra dari media berita Suara.com dalam media sosial.

Kata Kunci: media sosial, media berita, era digital, peran media, suara.com

THE ROLE OF SUARA.COM SOCIAL MEDIA IN MAINTAINING ITS EXISTENCE AS NEWS MEDIA

ABSTRACT

The rapid development of technology and the internet today makes all community activities connected to social media. From what used to be people getting information through radio, television, and newspapers, now every individual can get the latest information through social media alone, such as Instagram, Facebook, TikTok, Website, and other media. With the existence of social media, every news media is competing to attract its reading audience. One of them is Suara.com news media, how does the media maintain its existence as a news media so that its audience continues to read and get news from Suara.com. This research uses a qualitative approach method by conducting interviews, data collection, and observation on Suara.com's social media accounts. The results of this study are Maintaining the existence and audience awareness of Suara.com, there is a need for consistency in making news and content. Making news that is packaged attractively and building interactive relationships with audiences can build the image of Suara.com news media in social media.

Keywords: *social media, news media, digital era, role of media, suara.com*

Korespondensi: Ester Krisnawati. Universitas Kristen Satya Wacana. Jl. Diponegoro No.52-60, Salatiga, Kec. Sidorejo, Kota Salatiga, Jawa Tengah 50711. **No. HP, WhatsApp:** 081358188025 *Email*: ester.krisnawati@uksw.edu

PENDAHULUAN

Dalam kemajuan teknologi saat ini, semua yang kita cari didapat dengan mudah, mulai dari beli barang, beli makanan, memesan transportasi, hingga mencari informasi semua dapat memanfaatkan dengan adanya teknologi. Keberadaan teknologi sudah menjadi bagian dalam kehidupan masyarakat dan menjadi penolong bagi masyarakat dalam melakukan kegiatannya sehari-hari, mulai dari bekerja, belajar, dan kegiatan lainnya. Berdasarkan hasil survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Berdasarkan jumlah tersebut meningkat sebanyak 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya (*Pengguna Internet Di Indonesia Makin Tinggi*, 2023).

Ketersedian internet memberikan dampak dalam kehidupan masyarakat, terlebih dalam mencari informasi dan berita. Saat ini dengan perkembangan teknologi yang ada banyak orang yang sebelumnya mengetahui berita dari membaca koran atau melihat dari televisi, sekarang telah berpindah dan mengetahuinya dari internet seperti melalui web berita, media sosial, dan lainnya. Karena adanya perubahan perkembangan zaman tersebut, semua hal dapat dilihat melalui media sosial, dan rata-rata lebih banyak meluangkan waktunya dalam bermain media sosial. *We Are Social* dan *Meltwater* menyebut bahwa jumlah pengguna media sosial yang aktif di Indonesia mencapai 167 juta orang, sekitar 60,4% dari total populasi di Indonesia(Aryanto, 2023).

Di era serba digital saat ini membuat semuanya berubah dan mulai memanfaatkan media sosial, salah satunya media berita. Banyak media berita yang saat ini mulai menggunakan media sosial seperti *Instagram, Facebook, Tiktok*, untuk mempermudah masyarakat atau pembacanya dalam memperoleh berita. Hanya dengan melihatnya di akun media sosial berita orang-orang dapat memperbarui informasi. Sehingga para media berlomba-lomba agar portal media beritanya dapat menarik pembacanya dengan memanfaatkan media sosial yang ada. Sebagai contoh media yang menggunakan platform media *Tiktok* untuk melakukan siaran *live streaming*, sehingga saat video tersebut lewat di *fyp* masyarakat akan dengan mudah bagi masyarakat untuk melihat dan mendengarkan berita terbaru. Keberadaan media sosial memang memberikan banyak peluang untuk dapat lebih dekat dengan masyarakat dan dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat.

Berdasarkan data Dewan Pers terdaftar 1.647 portal berita online yang tersebar di seluruh Indonesia, dari jumlah tersebut hanya 85 yang terverifikasi faktual dan 169 yang terverifikasi administrasi (Woro Harkandi Kencana, 2022). Dengan banyaknya jumlah portal media online membuat semua media berita berlomba-lomba dalam memberikan informasi yang terbaik kepada masyarakat dan memberikan konten-

konten yang menarik agar para audiens ingin mengetahui informasi selanjutnya. Hal ini juga berlaku sama terhadap media berita Suara.com.

Sebagai salah satu media berita Suara.com memiliki beberapa portal berita yang membahas seputar olahraga, teknologi, bisnis, *lifestyle*, dan sebagainya. Suara.com mulai berkembang pada tahun 2014, dimana pada tahun tersebut sedang ramai-ramainya mengenai pemilihan presiden hal tersebut mendongkrak nama Suara.com jadi lebih terkenal. Tidak hanya itu, akibat kejadian tersebut Suara.com mampu masuk 10 besar media online di Indonesia. Tentunya dalam membangun media berita tidak hanya membagikan seputar kejadian yang sedang terjadi, tetapi juga memberikan informasi yang terjadi di masa lampau dan informasi yang berguna bagi masyarakat. Suara.com juga menggunakan media sosial dalam menyebarkan informasinya, selain informasi Suara.com juga memberikan konten-konten yang juga bermanfaat bagi masyarakat. Menurut Dave Kerpen dalam bukunya yang berjudul "*Likeable Social Media"* (2011) menjelaskan bahwa media sosial merupakan suatu perangkat alat komunikasi yang memuat kemungkinan untuk terciptanya interaksi gaya baru (Nandy, n.d.). Media sosial menjadi sebuah *platform* dimana setiap orang dapat membuat *web page* pribadinya, saling terhubung dengan orang lain, bertukar informasi, dan berkomunikasi satu sama lainnya. Tidak hanya memberikan informasi saja tetapi juga membuat bagaimana *audience* tetap membaca atau mengikuti berita dan informasi yang dipublikasikan oleh Suara.com, juga menyajikan berita atau konten apa yang sedang *trend* atau yang ingin dibaca oleh audiens. Seperti yang disampaikan Maryati (2010), trend merupakan suatu kecenderungan yang naik atau turun dalam waktu yang panjang, dan diperoleh dari perubahan waktu ke waktu. Biasanya jangka waktu trend tidak dapat diukur lamanya dapat bertahan secara lama atau cepat berakhir.

Secara umum media sosial merupakan sebuah media digital yang menyediakan fasilitas bagi penggunanya untuk melakukan aktivitas sosial. Setelah adanya media beberapa tahun belakangan ini membuat semuanya berkembang dan bertumbuh dengan luas dan cepat, dan membuat pengguna sosial media dapat melakukan penyebaran informasi maupun konten dimana saja dan kapan saja. Media sosial merupakan media komunikasi *many-to-many* yang artinya perusahaan dapat berkomunikasi dengan audiens, audiens dengan perusahaan, dan audiens dengan audiens lainnya(Ayuningtyas et al., 2023). Menurut Gohar F. Khan dalam bukunya *Social Media for Government* menjelaskan media sosial adalah sebuah *platform* berbasis internet yang mudah digunakan sehingga memungkinkan para penggunanya untuk membuat dan berbagi konten dalam bentuk konteks yang beragam dan membagikannya ke khalayak luas(Penggunaan & Masyarakat, n.d.). Sedangkan menurut B.K Lewis (2010), mengatakan bahwa media sosial merupakan suatu label yang merujuk pada teknologi digital yang berpotensi membuat semua orang untuk saling terhubung dan melakukan interaksi, produksi dan berbagi pesan (Nandy, n.d.). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Siti M.M (2020) dalam penelitian yang berjudul "Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan", dengan kondisi media sosial saat ini

informasi datang dengan cepat. Sehingga masyarakat diharapkan lebih selektif lagi dalam menerima informasi dan tidak mudah terpengaruh dengan informasi yang datang agar tidak memunculkan kerugian pada diri sendiri maupun orang lain setelahnya.

Seiring dengan berkembangnya internet dan teknologi, media sosial tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi saja, tetapi juga sebagai tempat untuk berinteraksi dan menjadi sumber informasi bagi masyarakat. Seperti di dalam akun Instagram Suara.com aktif dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Dari informasi berita seputar kejadian yang sedang terjadi maupun informasi pengumuman lainnya seperti acara konser, bazar, ataupun pameran. Di dalam akun tersebut Suara.com selalu berusaha untuk tetap berinteraksi dengan audiens. Tindakan ini dilakukan oleh Suara.com agar audiens lebih *aware* atau mengetahui keberadaan Suara.com dengan berita berita yang terkini dan *up to date*. Hal ini sejalan dengan teori *Strategic Brand Communication* atau Strategi Branding Komunikasi. Teori ini merupakan kegiatan yang digunakan perusahaan untuk membangun hubungan dan pembentukan citra di masyarakat. Strategi branding komunikasi menjadi salah satu bentuk yang efektif yang dapat mempengaruhi masyarakat dan mempercayai produk atau citra yang dibangun oleh perusahaan. Menurut Schultz dan Barnes strategi branding merupakan manajemen brand dengan berbagai kegiatan untuk mengatur seluruh elemen agar mencapai tujuan pembentukan merk (Biteship, 2023). Pembentukan citra penting bagi sebuah perusahaan karena dari citra tersebut masyarakat dapat menilai apakah berdampak baik atau negatif. salah satu strategi branding suatu perusahaan adalah dengan pembentukan citra yang baik di mata publik, sehingga perusahaan mampu bersaing dengan media lainnya (Rosilawati et al., n.d.). McNally dan Speak (2004) mengungkapkan brand merupakan bentuk sebuah hubungan yang menunjukkan kepercayaan konsumen kepada merek. Merek dapat menciptakan sebuah hubungan antara konsumen dengan produsennya, dan konsumen memiliki persepsi dan asosiasi terhadap produk tersebut (Prasetyo & Febriani, 2020). Tulisan ini tujuan untuk mengetahui apa peran dari sosial media Suara.com agar tetap memiliki eksistensi sebagai media berita di era serba online saat ini. Terlebih sekarang banyak media online baru yang digunakan masyarakat dalam bermedia sosial. Selain itu juga saat ini akun media kreatif seperti *Cretivox* dan *Folkative* juga memberikan konten berita seputar kejadian - kejadian yang sedang terjadi maupun yang sedang viral di tengah masyarakat. Oleh karena itu diperlukan adanya observasi yang dilakukan oleh Suara.com di dalam masyarakat agar lebih mengetahui apa yang sedang viral di tengah masyarakat, hal apa yang menarik bagi masyarakat agar tetap menjadi media berita online yang tetap dibaca dan dipercaya oleh para audiens, dan strategi yang harus dilakukan agar Suara.com lebih dikenal di kalangan masyarakat khususnya di media sosial.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dan bersifat deskriptif, yakni memberikan penjelasan mengenai metode penelitian. Pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang berorientasi pada fenomena atau gejala yang bersifat alami. Menurut Sugiyono (2018) metode

penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat, yang digunakan untuk meneliti kondisi ilmiah (eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen, teknik pengumpulan data, dan dianalisis yang lebih menekankan pada makna. Jenis penelitian yang digunakan yakni penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai dari variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lainnya (Indrawan et al., 2023). Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara kepada team sosial media Suara.com, serta melakukan observasi dan pengamatan dari akun sosial media Suara.com.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosial media saat ini digunakan untuk mencari dan mendapatkan informasi mengenai hal yang baru, yang sedang *trending*. Penggunaan sosial media di era digital saat ini terjadi persaingan yang tidak hanya terjadi di media berita konvensional saja, tetapi juga terjadi di portal media online. Sebagai salah satu media berita online terbesar di Indonesia Suara.com juga menggunakan dan memanfaatkan keberadaan sosial media dengan menggunakan web, *Instagram*, *Facebook*, *TikTok*, X, dan *Youtube*.

Tabel 1. Daftar Follower Media Sosial Suara.com

Sosial Media	Followers
Instagram	425K
Facebook	3.5M
TikTok	1.7M
X	28K
Youtube	780K

Dari tabel di atas dengan banyaknya pengikut dari akun media sosial Suara.com, menunjukkan bahwa sudah banyak masyarakat yang membaca dan memperoleh informasi berita dari Suara.com dan dari sosial media yang dimiliki oleh Suara.com *audience* lebih menonjol dan mengikuti media sosial Suara.com di *Instagram* dan *Facebook.* Berdasarkan konten yang upload di media sosial Suara.com terdiri dari berita yang sedang terjadi saat ini, informasi kegiatan yang berhubungan dengan media Suara.com,video reels, dan juga konten hiburan.

Volume VII, No. I, February 2024
P-ISSN: 2656-0690 E-ISSN: 2684-9054

Sumber : Instagram, 2023

Gambar 1 Foto Konten Suara.com

Sumber : Instagram, 2023

Gambar 2 Foto Konten Suara.com

Pembuatan konten berita yang akurat dan *up to date*, Suara.com juga memberikan konten hiburan juga kepada para audience. Konten hiburan tersebut dikemas dalam bentuk postingan *feed* (foto) atau dalam bentuk *reels* (video). Adanya variasi konten yang dibuat agar memberikan warna bagi audiens dan agar

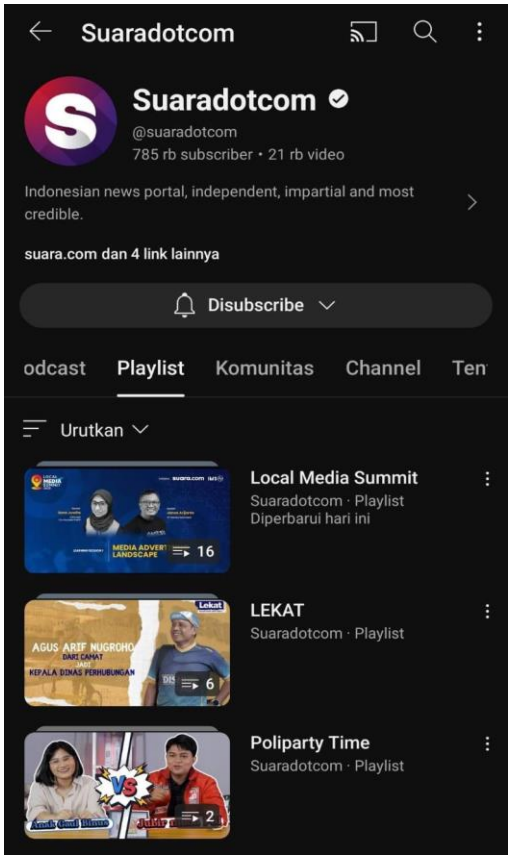
audiens tidak jenuh dengan konten yang di upload seputar berita saja. Selain itu dalam postingan konten tersebut juga memuat *caption* dan *hastag* yang diperlukan agar memudahkan audiens yang mencari berita dalam media sosial dan konten yang dibuat oleh Suara.com mengenai berita tersebut dapat terlihat di akun media sosial audiens. Contohnya seperti berita yang sedang hangat saat ini #JessicaWongso, #Prabowo, #AniesBaswedan, #GanjarPranowo, dan lainnya. Dalam *caption* yang dibuat untuk postingan di *feed* juga berisikan tentang inti dari berita yang sedang diposting, sehingga dari foto postingan dan *caption* yang dibuat sesuai dengan berita yang terjadi. Berdasarkan wawancara, akun *Instagram* digunakan dalam memberikan informasi yang ter *up to date* dan konten yang beragam, audiens yang dituju banyak berusia 35 hingga 45 tahun, sehingga dinilai juga efektif dalam penyebaran dan pemberitaan informasi terhadap masyarakat. Penggunaan sosial media tidak hanya digunakan sebagai wadah untuk pemberitaan informasi kepada masyarakat saja, tapi juga sebagai media untuk berekspresi dan menuangkan kreatifitas.

Selain konten yang diupload melalui *feed Instagram*, Suara.com juga aktif dalam membuat *story* dan *reels Instagram.* Dalam konten tersebut berisi berita - berita terbaru dari *website* Suara.com, sehingga audiens tidak perlu repot untuk membuka *website* Suara.com terlebih dahulu untuk membaca berita ter *up to date,* hanya tinggal langsung klik link saja yang ada di *story Instagram* Suara.com dan melihat video *reels* tersebut. Penyusunan atau pembuatan konten yang dibuat untuk di posting dalam media sosial dilihat dari isu yang tengah ramai di masyarakat atau juga dari tools media sosial Suara.com seperti *Google Analytics* dan *Crowdtangle*, sehingga pembuatan konten tetap sesuai keadaan yang terjadi, menjadi informasi yang terbaru bagi masyarakat, dan tetap terhubung dengan pembaca. Suara.com berupaya untuk tetap menjaga kepercayaan pembaca terhadap konten yang dibuat dengan menyajikan berita dengan angle yang menarik dan beragam. Keberadaan *platform* media sosial menjadi proses dan perkembangan liputan lebih bernuansa dan berperan sebagai saluran vital untuk untuk mencari ide berita, menghubungi narasumber hingga mempromosikan merek tertentu.

Di kehidupan saat ini yang serba digital, membuat setiap orang selalu terhubung dengan media sosial. Semakin berkembangnya zaman, semakin ingin berkembangnya juga pengetahuan masyarakat untuk tetap mengikuti perkembangan zaman tersebut. Mayoritas masyarakat saat ini menggunakan media sosial dalam kehidupannya, hal ini membuat masyarakat secara otomatis juga berhubungan dengan media sosial dan mengikuti trend-trend yang ada. Membaca berita dan mencari informasi yang dengan mudah dicari melalui media online, menjadi alat untuk mengumpulkan informasi dan wadah untuk memperbaharui informasi. Keberadaan pembaca juga menjadi salah satu hal yang terpenting agar media berita online tetap dapat berjalan dengan baik dan lancar. Sebagai salah satu media berita online di Indonesia, Suara.com mengharapkan adanya *awareness* dari audiens tentang keberadaan *platform* media berita Suara.com yang dapat menjadi media untuk memberikan informasi terbaru kepada masyarakat. Tentunya agar audiens mengenal Suara.com, memerlukan strategi untuk mencapainya.

Hal yang tentunya dilakukan oleh media Suara.com yaitu dengan menaikkan konten berita yang

menarik dan kreatif. Aktivitas strategi biasanya dimulai dengan menyusun perencanaan yang matang, dirumuskan, dilakukan dengan hati-hati, dan juga melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan yang sudah dilakukan. Karena dalam penysunan strategi diperlukan adanya ketelitian maka perusahaan tidak dapat melakukannya secara sembrono dan terburu-buru tanpa melihat situasi yang terjadi di tengah masyarakat, dibutuhkan adanya koordinasi dari berbagai elemen atau kelompok yang ada di perusahaan sehingga mendapatkan hasil yang maksimal. Ditengah banyaknya media berita online saat ini, Suara.com tetap memberikan berita yang lebih berisikan mengenai berita politik, karena dari awal pembentukan berita Suara.com lebih memfokuskan berita mengenai politik, walaupun juga terdapat berita di luar politik. Suara.com tidak hanya memberikan informasi berita melalui media sosial saja, *platform Youtube* juga di gunakan oleh Suara.com dalam menyampaikan beritanya.



Sumber : Youtube, 2023

Gambar 3 Playlist Konten Youtube Suara.com

Berbagai macam konten video di akun Youtube Suara.com, dibuat agar audiens memiliki selingan yang lain dalam menerima informasi berita. Selain video seputar berita, akun Youtube nya juga memposting kegiatan Suara.com. Peran sosial media Suara.com menjadi salah satu jalan untuk tetap terhubung dengan pembaca. Memberikan konten yang berada di website Suara.com kepada masyarakat dengan lebih cepat dan dalam dikemas dalam bentuk yang kreatif. *Awareness* audiens terhadap konten yang dibuat oleh Suara.com dapat dinilai dari adanya interaksi antara audiens di media sosial Suara.com. Hubungan timbal balik yang ini menjadi kunci agar media tetap terjalin. Bentuk respon yang diberikan yakni berupa interaksi dalam kolom

komentar dan *like* di media sosial Suara.com, selain itu juga meningkatnya traffic *engagement* media sosial Suara.com. Adanya interaksi 2 arah yang terjadi antara media berita Suara.com dengan pembaca dalam bentuk *comment, like*, dan *share* yang diberikan pembaca menjadi respon yang baik dalam perkembangan media Suara.com, sehingga audiens merasa adanya hubungan baik dengan Suara.com. Peningkatan jumlah responden *(traffic)* dan hubungan interaksi yang terjadi antara responden dengan Suara.com (*engagement*), juga menjadi feedback yang diberikan oleh pembaca yang didapat dari konten-konten Suara.com. *Traffic* dan *engagement* menjadi sisi positif dan mendukung media untuk berjalan dengan baik, dimana melibatkan publik dan karyawan perusahaan yang dipandang bermanfaat bagi orang-orang dan organisasi, sehingga mereka dapat menjadi lebih baik dalam mengambil keputusan dan menjalin hubungan dengan lebih baik. Banyaknya saingan dalam media berita saat ini membuat media tersebut harus tetap bertahan dan mengikuti perkembangan isu dan tren yang sedang terjadi, bentuk berita juga harus dikemas lebih menarik agar memudahkan pembaca mengerti mengenai informasi yang dibagikan. Suara.com terus melakukan eksperimen dalam pendistribusian beritanya seperti membuat *Facebook* video, membuat *Thread* di Twitter, membuat konten video di platform media *TikTok* yang dikemas dalam bentuk video maupun foto yang menarik dan dari video atau foto yang di posting dapat menimbulkan interaksi yang terjadi antar audience.

Mempertahankan eksistensi dan *awareness* audiens terhadap Suara.com, diperlukan adanya konsistensi dalam membuat berita dan konten. Pembuatan berita yang dikemas secara menarik dan membangun hubungan yang interaktif dengan audiens dapat membangun citra dari media berita Suara.com dalam media sosial.

SIMPULAN

Membangun eksistensi media sosial di era digital saat ini memiliki banyak rintangannya. Untuk membangun *awarness* audiens terhadap Suara.com diperlukan konsistensi dan membangun citra yang baik terhadap masyarakat. Konten yang dibuat pun harus terdapat informasi yang penting dan terus mengikuti perkembangan tren yang tengah terjadi di masyarakat. Selain itu pengemasan berita harus dibuat dengan semenarik mungkin sehingga dapat menarik audience dan audience memiliki gambaran dari berita yang dimaksud. Keberadaan media sosial juga menjadi media untuk berinteraksi dengan pembacanya dan memiliki sisi positif agar media berita tetap berjalan yang terjalin dalam bentuk *like, comment, share,* dan peningkatan *engagement.*

DAFTAR PUSTAKA

Aryanto, A. (2023, February). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 212,9 Juta*. https://infobrand.id/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-2129-juta-.phtml#:~:text=B%20erdasarkan%20laporan%20terbaru%20We%20Are,di%20Indonesia%20berkisar%2020%202%20juta.

Ayuningtyas, F., Pratiwi, M. M., & Manihuruk, H. (2023). TERPAAN MEDIA DI INSTAGRAM TERHADAP BRAND IMAGE PADA FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM @MENANTEA.TOKO. *EKSPRESI DAN PERSEPSI : JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, *6*(2), 205–217. https://doi.org/10.33822/jep.v6i2.4437

Biteship. (2023, May). *Strategi Branding: Pengertian, Macam-macam, Manfaat, Cara Melakukan, dan Contohnya*. https://biteship.com/blog/pengertian-strategi-branding/

Indrawan, J., Elfrita Barzah, R., & Simanihuruk, H. (2023). INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI POLITIK BAGI GENERASI MILENIAL. *EKSPRESI DAN PERSEPSI : JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, *6*(1), 109–118. https://doi.org/10.33822/jep.v6i1.4519

Nandy. (n.d.). *Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat, dan Perkembangannya - Gramedia Literasi*. Retrieved October 23, 2023, from https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/

Pengguna Internet Di Indonesia Makin Tinggi. (2023, March). https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi#:~:text=Berdasarkan%20hasil%20survei%20Asosiasi%20Penyelenggara,sebanyak%20210%2%20C03%20juta%20pengguna.

Penggunaan, M., & Masyarakat, M. (n.d.). *Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA REPUBLIK INDONESIA MEDIA SOSIAL*.

Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. https://books.google.co.id/books?id=whoIEAAAQBAJ&lpg=PR4&hl=id&pg=PP1#v=onepage&q&f=false

Rosilawati, Y., Ilmu, J., Fisip, K., Muhammadiyah, U., Ring, Y. J., & Yogyakarta, R. S. (n.d.). EMPLOYEE BRANDING SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI UNTUK MENGKOMUNIKASIKAN CITRA MEREK (BRAND-IMAGE). In *Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 6, Issue 3).

Woro Harkandi Kencana. (2022). *Penggunaan Media Sosial dalam Portal Berita Online*.