
**EVALUASI EFEKTIVITAS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI
MEDIA PUBLIKASI OLEH HUMAS DIREKTORAT JENDERAL
PENGAWASAN SUMBER DAYA KELAUTAN DAN PERIKANAN**

Lailancika Ansyar¹, Junianto²

Universitas Padjadjaran Bandung, Indonesia

E-mail: : lailancika20001@mail.unpad.ac.id

ABSTRAK

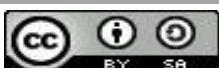
Pemanfaatan media sosial sebagai alat komunikasi dalam pemerintahan telah menjadi fenomena penting dalam era digital. Penelitian ini menginvestigasi praktik pemanfaatan media sosial oleh Humas Direktorat Jenderal Pengawasan Sumber Daya Kelautan dan Perikanan (DJPSDKP). Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengevaluasi efektivitas penggunaan media sosial oleh DJPSDKP dalam berkomunikasi dengan masyarakat dan pemangku kepentingan. Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada pemanfaatan media sosial oleh Humas Direktorat Jenderal Pengawasan Sumber Daya Kelautan dan Perikanan. (DJPSDKP), wawancara dengan staf Humas DJPSDKP, dan survei kepada pengikut media sosial DJPSDKP. Metode analisis menggunakan pendekatan deskriptif dan interpretatif untuk memahami fenomena atau konsep. Hasil penelitian menunjukkan bahwa DJPSDKP telah berhasil memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan transparansi, memfasilitasi partisipasi publik, dan memperluas jangkauan informasi mereka kepada masyarakat. Meskipun telah mencapai banyak keberhasilan, penelitian ini juga mengidentifikasi potensi untuk evaluasi lebih lanjut terkait dampak media sosial terhadap citra dan persepsi DJPSDKP. Temuan penelitian ini dapat menjadi panduan berharga bagi lembaga pemerintah serupa dalam memaksimalkan potensi media sosial sebagai alat komunikasi yang efektif.

Kata Kunci: Jenis Aplikasi; Karakteristik Pengguna; Media Sosial; Pemerintah

ABSTRACT

The utilization of social media as a communication tool in government has become a significant phenomenon in the digital era. This research investigates the practices of social media utilization by the Public Relations Department of the Directorate General of Marine and Fisheries Resource Supervision. The primary objective of this study is to evaluate the effectiveness of Directorate General of Marine and Fisheries Resource Supervision's use of social media in communicating with the public and stakeholders. The research methods employed include content analysis of their social media, interviews with their Public Relations staff, and surveys conducted among Directorate General of Marine and Fisheries Resource Supervision's social media followers. The analysis method uses a descriptive and interpretative approach to understand the phenomenon or concept. The research findings indicate that Directorate General of Marine and Fisheries Resource Supervision has successfully utilized social media to enhance transparency, facilitate public participation, and expand the reach of their information to the public. Despite achieving many successes, this research also identifies the potential for further evaluation regarding the impact of social media on the image and perception of Directorate General of Marine and Fisheries Resource Supervision. The findings of this research can serve as a valuable guide for similar government institutions in maximizing the potential of social media as an effective communication tool.

Keywords: Application Types, Government, Social Media, User Characteristics



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International

PENDAHULUAN

Di era digital, media sosial (*social media*) telah menjadi alat komunikasi yang sangat efektif di berbagai bidang, termasuk pemerintahan (Carr & Hayes, 2015). Dalam konteks ini, Direktorat Jenderal Sumber Daya Kelautan dan Perikanan sebagai instansi pemerintah yang bertanggung jawab dalam pemantauan dan pengelolaan sumber daya kelautan dan perikanan di Indonesia memahami pentingnya penggunaan jaringan media sosial sebagai sarana berkomunikasi, berinteraksi dan memberikan informasi kepada masyarakat luas.

Pemanfaatan media sosial oleh Humas Direktorat Jenderal Pengawasan Sumber Daya Kelautan dan Perikanan merupakan langkah strategis yang sangat relevan di era digital yang semakin berkembang. Dalam konteks ini, Direktorat Jenderal memahami pentingnya pemanfaatan media sosial sebagai alat komunikasi yang efektif untuk berinteraksi dan menginformasikan kepada masyarakat luas (Godemann & Michelsen, 2015). Terlebih lagi, sektor kelautan dan perikanan memiliki peran vital dalam perekonomian negara, kesejahteraan masyarakat, serta konservasi lingkungan (Aloo, 2021).

Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial menjadi sarana yang sangat relevan untuk memastikan informasi terkait dengan kebijakan, program, dan kegiatan di bidang kelautan dan perikanan dapat diakses dan dipahami dengan mudah oleh masyarakat, termasuk para pelaku usaha di sektor tersebut. Dengan media sosial, Direktorat Jenderal dapat mencapai audiensi yang lebih luas, membangun transparansi, meningkatkan pemahaman masyarakat, dan menciptakan *platform* interaktif untuk keterlibatan yang lebih besar dalam isu-isu yang relevan. Ini menjadi langkah strategis dalam mendukung komunikasi efektif, edukasi, dan interaksi dengan masyarakat dalam mencapai tujuan-tujuan yang relevan dengan sektor kelautan dan perikanan di Indonesia.

Istilah "*social media*" pertama kali digunakan pada tahun 1994 di lingkungan media *online* Tokyo yang disebut "*Matisse*". Istilah ini kemudian berkembang dan menjadi sangat umum dalam menggambarkan *platform-platform online* yang memungkinkan interaksi sosial, berbagi konten, dan komunikasi antara pengguna. Media sosial telah mengalami perkembangan yang signifikan sejak saat itu dan telah menjadi bagian integral dari kehidupan digital modern (Aichner et al., 2021).

Media sosial telah menjadi alat yang efektif bagi lembaga pemerintah untuk berkomunikasi dengan masyarakat dan memberikan informasi kepada masyarakat (Humphreys, 2017). Pejabat pemerintah menggunakan media sosial untuk mengkomunikasikan kebijakan, mengadvokasi posisi, memperkenalkan undang-undang baru, dan berbagai fungsi lainnya (Gil Appel & Stephen, 2020). *Platform* media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan pesan online merupakan alat yang sangat efektif untuk berbagi berita terkini dan pembaruan penting atau memberikan gambaran sekilas di balik layar tentang cara kerja badan publik (Gil Appel & Stephen, 2020). Media sosial dapat menjadi cara terbaik bagi lembaga pemerintah untuk melibatkan masyarakat dan menyebarkan informasi tentang program dan layanan mereka yang memperkaya komunitas (Magro, 2012).

Untuk mengelola media sosial secara efektif, lembaga pemerintah harus membuat rencana publikasi yang mencakup penentuan jenis konten yang akan dipublikasikan, target audiensi, dan jadwal publikasi. Instansi pemerintah harus menggunakan *platform* media sosial yang sesuai dengan target audiensnya, seperti Facebook, Twitter, Instagram, atau LinkedIn (Gil Appel & Stephen, 2020). *Hashtag* yang relevan dan mudah diingat hendaknya digunakan untuk memudahkan masyarakat dalam mencari informasi terkait kegiatan dan program yang dilakukan oleh instansi pemerintah tersebut. Instansi pemerintah juga harus menyediakan konten media sosial melalui lebih dari satu saluran dan menyediakan titik masuk yang mudah untuk mendapatkan informasi lebih lanjut (Gil Appel & Stephen, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Ulayya (2022), mengenai pemanfaatan media sosial pada pemerintah, menunjukkan bahwa media sosial dapat meningkatkan interaktivitas antara pemerintah dan masyarakat. Dinas Pemerintah menggunakan layanan media sosial instagram untuk menyiaran berita, menyajikan informasi yang spesifik, dan juga untuk mempromosikan suatu produk baik barang maupun jasa (Ulayya et al., 2022).

Pemanfaatan media sosial oleh Humas Direktorat Jenderal Pengawasan Sumber Daya Kelautan dan Perikanan mempunyai sejumlah tantangan dan peluang (F & Reyes, 2015). Keterbukaan dan aksesibilitas informasi yang ditawarkan oleh media sosial memungkinkan lembaga ini untuk lebih terhubung dengan masyarakat, termasuk para pelaku usaha kelautan dan perikanan, serta masyarakat umum (Saxton et al., 2019). Hal ini mendukung transparansi dalam kebijakan, program, dan kegiatan yang dilakukan di sektor ini (Lee & Kwak, 2012).

Penelitian mengenai pemanfaatan media sosial sebagai publikasi pada sektor pemerintahan pernah dilakukan oleh Khoiri dan Pahlipi (2019). Berdasarkan hasil penelitiannya, dapat disimpulkan bahwa Humas Walikota Jakarta Utara aktif menggunakan platform-media sosial populer seperti Instagram, Twitter, Facebook, dan YouTube sebagai sarana untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat eksternal. Penyebaran informasi berupa dokumentasi kegiatan yang telah atau akan dilakukan oleh Pemerintah Kota Jakarta Utara melalui media sosial tersebut memberikan manfaat positif bagi masyarakat, khususnya di wilayah Jakarta Utara. Proses pemanfaatan media sosial sebagai media publikasi melibatkan tahapan penjadwalan, peliputan kegiatan, editing, dan proses publikasi. Meskipun pemanfaatannya cukup berhasil dilihat dari konsistensi pengelolaan konten yang dilakukan setiap hari, masih terdapat beberapa kendala. Salah satu kendala utama adalah kurangnya pengetahuan masyarakat eksternal tentang keberadaan media sosial Humas Walikota Jakarta Utara (Khoiri & Palipi, 2019).

Dalam konteks ini, penelitian tentang evaluasi efektivitas pemanfaatan media sosial sebagai media publikasi oleh Humas Direktorat Jenderal Pengawasan Sumber Daya Kelautan dan Perikanan memiliki urgensi yang tinggi. Pemanfaatan media sosial dalam strategi publikasi memiliki dampak yang signifikan pada efektivitas dan jangkauan informasi yang disampaikan kepada masyarakat. Media sosial telah menjadi salah satu kanal utama di mana masyarakat mengakses informasi. Dengan jumlah pengguna media sosial yang terus meningkat, keberadaan dan aktifitas di platform ini menjadi sarana yang efektif untuk menyampaikan pesan dan informasi. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini untuk memahami sejauh mana media sosial dapat menjadi alat yang efektif dalam mendukung upaya Humas Direktorat Jenderal Pengawasan Sumber Daya Kelautan dan Perikanan dalam menyebarkan informasi terkait kelautan dan perikanan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan menerapkan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada pemanfaatan media sosial oleh Humas Direktorat Jenderal Pengawasan Sumber Daya Kelautan dan Perikanan. Melalui pendekatan ini, penelitian akan secara mendalam menyelidiki bagaimana Humas Direktorat Jenderal ini menggunakan media sosial sebagai alat publikasi (Andersen et al., 2012). Metode penelitian ini akan melibatkan wawancara dengan anggota Humas yang bertanggung jawab atas penggunaan media sosial, untuk memahami tujuan penggunaan media sosial, jenis konten yang mereka bagikan, serta dampak dan manfaat yang mereka lihat dari penggunaan tersebut (Bertot et al., 2012). Metode analisis menggunakan pendekatan deskriptif dan interpretatif untuk memahami fenomena atau konsep. Selain itu, analisis konten media sosial mereka juga akan dilakukan, termasuk pengamatan terhadap postingan mereka di *platform* media sosial yang relevan. Dengan menggabungkan metode-metode ini, penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan strategi penggunaan media sosial

oleh Humas Direktorat Jenderal Pengawasan Sumber Daya Kelautan dan Perikanan serta dampaknya dalam mempublikasikan informasi dan berinteraksi dengan public (Tsamrotul Fuadah et al., 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengungkapkan berbagai hasil penting sehubungan dengan pemanfaatan media sosial oleh Humas Direktorat Jenderal Pengawasan Sumber Daya Kelautan dan Perikanan dalam konteks media publikasi dan interaksi dengan pemangku kepentingan serta masyarakat umum. Berikut adalah temuan utama dan pembahasan yang lebih komprehensif:

1. Alasan Penggunaan Media Sosial

Narasumber menjelaskan bahwa Humas DJPSDKP memilih untuk menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi dan publikasi karena telah terbukti lebih efektif dan efisien dalam mencapai target audiens, terutama kalangan milenial. Keuntungan lainnya adalah biaya yang dikeluarkan lebih rendah dibandingkan dengan metode publikasi konvensional seperti iklan cetak atau televisi. Strategi ini juga bertujuan untuk mendidik dan mensosialisasikan informasi sejak dulu, dengan manajemen komunikasi yang cermat.

2. Pemilihan Media Sosial

Humas DJPSDKP menggunakan berbagai *platform* media sosial, termasuk Instagram, Facebook, Twitter, Tiktok, dan Youtube. Narasumber menggarisbawahi pentingnya memprioritaskan setiap *platform* sesuai dengan karakteristik dan pangsa pasarnya masing-masing. Instagram menjadi kanal utama untuk konten karena dianggap paling efektif dan umum digunakan. Setiap *platform* memiliki fokus yang berbeda dalam menyampaikan pesan kepada audiens (Aini & Subarjo, 2022).

3. Proses Perencanaan dan Pembuatan Konten

Dalam penggunaan media sosial, proses perencanaan dilakukan dalam beberapa tahapan. Tahap pertama adalah pra produksi, yang melibatkan perencanaan strategi komunikasi, penentuan sasaran program, dan penyusunan *editorial plan*. Selanjutnya, tahap produksi melibatkan pengumpulan data akurat, produksi konten seperti pemotretan dan desain infografis, serta pengawasan kualitas konten. Setelah konten dipublikasikan, tahap pasca produksi mencakup pemantauan *engagement* melalui komentar, *like*, *share*, dan *subscribe*. Tahap evaluasi digunakan untuk mengevaluasi keberhasilan konten.

4. Jenis Konten yang Efektif

Dalam konteks penggunaan media sosial, jenis konten yang paling efektif berbeda-beda di setiap platform. Misalnya, Facebook berfungsi sebagai cerminan dari Instagram (IG) dan berisi komunitas, sementara Twitter digunakan sebagai saluran trending untuk berita. Di Instagram, konten yang efektif adalah yang bersifat edutainment, tidak terlalu berat, dan memiliki daya tarik jangka panjang. TikTok dan YouTube digunakan untuk konten yang bisa berbeda atau sama. Evaluasi lebih lanjut terhadap jenis konten yang paling efektif perlu dilakukan dengan mengumpulkan data respons pengguna seperti *like*, *comment*, dan *share*. Analisis ini akan membantu DJPSDKP untuk merancang strategi konten yang lebih terfokus dan berdaya tarik tinggi di setiap *platform*. Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang preferensi pengguna, DJPSDKP dapat tetap relevan dalam menyampaikan pesan-pesannya di mediasosial.

5. Dampak Penggunaan Media Sosial

Dampak penggunaan media sosial dalam meningkatkan pemahaman masyarakat

tentang pentingnya pengawasan sumber daya kelautan dan perikanan dinilai melalui jangkauan (*reach*), popularitas konten, dan interaksi dengan pengguna. Hasil konkret dari upaya ini perlu diukur untuk mengevaluasi efektivitasnya. Hasil konkret dari upaya ini perlu diukur untuk mengevaluasi efektivitasnya.

6. Strategi Khusus

Narasumber menekankan pentingnya memahami algoritma media sosial dan menjaga konsistensi dalam meriset perkembangan terkini. Hal ini mencakup pemahaman pola produksi yang tepat dan sensitivitas terhadap tren yang sedang berkembang di masyarakat. Proses riset yang berkelanjutan dan adaptasi terhadap perubahan menjadi strategi khusus dalam pendekatan ini.

7. Tantangan dalam Penggunaan Media Sosial

Tantangan utama dalam penggunaan media sosial adalah memastikan informasi yang disampaikan akurat dan faktual. Narasumber mengidentifikasi empat kategori informasi: akurat, misinformasi, disinformasi, dan *hoax*. Penting untuk secara cermat memantau, memverifikasi, dan memeriksa kebenaran informasi sebelum disajikan kepada masyarakat.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial oleh DJPSDKP telah membuktikan keefektifannya dalam mencapai tujuan komunikasi dengan masyarakat. Meskipun telah mencapai banyak keberhasilan, penelitian ini menunjukkan bahwa evaluasi lebih lanjut diperlukan untuk mengukur dampak konkret terhadap citra dan persepsi DJPSDKP. Analisis jenis konten yang efektif juga perlu dilakukan untuk meningkatkan efektivitas konten media sosial. Tetapi, penggunaan media sosial dalam komunikasi pemerintah telah membuka peluang baru untuk mencapai audiens yang lebih luas dan memperkuat transparansi dan partisipasi publik.

Untuk meningkatkan efektifitas dari penggunaan media sosial pada DJPSDKP dapat dilakukan berbagai langkah, salah satunya untuk meningkatkan audiens. Untuk meningkatkan target audiens, strategi komunikasi yang terfokus dan terarah menjadi kunci utama. Langkah pertama yang dapat dilakukan adalah pemahaman mendalam terhadap karakteristik audiens. Analisis demografis, psikografis, dan perilaku audiens dapat membantu merinci profil target secara lebih spesifik. Langkah selanjutnya adalah konsistensi dalam penyampaian pesan menjadi faktor krusial. Memastikan bahwa pesan yang disampaikan konsisten dan relevan dengan kebutuhan dan kepentingan audiens akan membangun kepercayaan dan ketertarikan.

Pengelolaan media sosial yang efektif oleh DJPSDKP memerlukan pendekatan yang terencana dan terarah. Berikut merupakan evaluasi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan efektivitas pemanfaatan media sosial DJPSDKP diantaranya adalah:

1. Menetapkan target audiens. Penting untuk memiliki strategi komunikasi yang jelas dan tujuan yang terdefinisi dengan baik. Menetapkan target audiens, pesan yang ingin disampaikan, dan tujuan dari setiap kampanye atau kegiatan dapat membimbing pengelolaan media sosial secara lebih efektif.
2. Konsistensi dalam penjadwalan dan publikasi konten menjadi kunci. Memastikan adanya konten berkualitas secara teratur akan mempertahankan ketertarikan dan keterlibatan audiens.
3. Interaksi dan responsivitas merupakan aspek penting dalam pengelolaan media sosial. Menanggapi pertanyaan, umpan balik, dan komentar dari pengikut secara cepat dan informatif dapat meningkatkan hubungan antara instansi dan audiens.
4. Perluasan jangkauan konten. Untuk perluasan jangkauan konten dapat dilakukan dengan emanfaatkan berbagai jenis konten, seperti teks, gambar, dan video, dapat meningkatkan keberagaman dan daya tarik konten.

5. Interaktif dengan audiens. Interaksi dapat meningkatkan ketertarikan audiens dengan konten. Dengan melibatkan audiens dalam dialog dengan mengadakan jajak pendapat, kuis, atau diskusi dapat memperkuat keterlibatan dan membangun komunitas online yang aktif. Dengan mengikuti prinsip-prinsip ini, instansi dapat mengelola media sosial dengan efektif untuk mencapai tujuan komunikasi dan membangun citra yang positif di mata publik.

KESIMPULAN

Penelitian ini secara komprehensif menganalisis pemanfaatan media sosial oleh Humas Direktorat Jenderal Pengawasan Sumber Daya Kelautan dan Perikanan (DJPSDKP) dalam konteks media publikasi dan interaksi dengan pemangku kepentingan serta masyarakat umum. Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah disajikan, dapat ditarik beberapa kesimpulan penting yang memiliki implikasi ilmiah dan praktis. Keberhasilan DJPSDKP dalam memilih media sosial sebagai alat komunikasi didukung oleh alasan yang kuat, termasuk efisiensi biaya dan kemampuan untuk mencapai sasaran yang tepat, terutama di kalangan milenial. Mereka telah menggunakan berbagai *platform* media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, TikTok, dan Youtube, dengan fokus khusus pada Instagram sebagai kanal utama untuk konten *edutainment*.

Meskipun DJPSDKP telah mencapai banyak keberhasilan, penelitian ini juga menyoroti beberapa tantangan, terutama terkait dengan informasi yang akurat dan dampak media sosial terhadap citra mereka. Evaluasi lebih lanjut diperlukan untuk memahami dampak sebenarnya dari penggunaan media sosial ini. Pengelolaan media sosial yang efektif oleh instansi pemerintahan memerlukan pendekatan yang terencana dan terarah. Dengan memiliki strategi komunikasi yang jelas, konsistensi dalam penjadwalan konten, interaksi yang responsif, variasi jenis konten, dan keterlibatan audiens, instansi dapat mencapai tujuan komunikasi mereka dan membangun citra yang positif di mata publik. Ini bukan hanya tentang menyampaikan informasi, tetapi juga membangun dan memelihara hubungan yang kuat dengan masyarakat melalui platform media sosial. Dengan demikian, kesuksesan pengelolaan media sosial tidak hanya diukur dari jumlah pengikut, tetapi juga dari kualitas interaksi dan dampak positif yang dihasilkan dalam masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aichner, T., Grünfelder, M., Maurer, O., & Jegeni, D. (2021). Twenty-Five Years Of Social Media: A Review Of Social Media Applications And Definitions From 1994 To 2019. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, 24(4), 215–222. <Https://Doi.Org/10.1089/Cyber.2020.0134>
- Aini, C. F. N., & Subarjo, S. (2022). Analisis Deskriptif Karyawan Kud Sawit Makmur Ketapang Kalimantan Barat. *Blantika: Multidisciplinary Journal*, 2(1), 32–38. <Https://Doi.Org/10.57096/Blantika.V2i1.47>
- Aloo, Y. (2021). *Pengelolaan Retribusi Sektor Kelautan Dan Perikanan Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Di Kabupaten Kepulauan Talaud*. Vol. 10 No. 3 (2021): Juli 2021 Section. <Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.37081/Ed.V9i4.3115>
- Andersen, K. N., Medaglia, R., & Henriksen, H. Z. (2012). Social Media In Public Health Care: Impact Domain Propositions. *Government Information Quarterly*, 29(4), 462–469. <Https://Doi.Org/10.1016/J.Giq.2012.07.004>
- Bertot, J. C., Jaeger, P. T., & Hansen, D. (2012). The Impact Of Polices On Government Social Media Usage: Issues, Challenges, And Recommendations. *Government Information Quarterly*, 29(1), 30–40. <Https://Doi.Org/10.1016/J.Giq.2011.04.004>
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, And Divining. *Atlantic Journal Of Communication*, 23(1), 46–65.

- Https://Doi.Org/10.1080/15456870.2015.972282
- F, L., & Reyes, L. (2015). Open Government And Public Participation: Issues And Challenges In Creating Public Value. *Fundacion Universidad De Las Americas Puebla*.
- Gil Appel, L. G., & Stephen, A. T. (2020). The Future Of Social Media In Marketing. *Journal Of The Academy Of Marketing Science*, 48, 79–95.
- Godemann, J., & Michelsen, G. (2015). *Sustainability Communication – An Introduction*.
- Humphreys, A. (2017). Social Media. In *The Routledge Companion To Consumer Behavior* (Pp. 363–379). Routledge.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2019). Users Of The World, Unite! The Challenges And Opportunities Of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. Https://Doi.Org/10.1016/J.Bushor.2009.09.003
- Khoiri, A. F dan Palupi, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Kotamadya Jakarta Utara Sebagai Media Publikasi Kepada Publik Eksternal. *Jurnal Syntax Idea*, Vol 1 No 6.
- Lee, G., & Kwak, Y. H. (2012). An Open Government Maturity Model For Social Media-Based Public Engagement. *Government Information Quarterly*, 29(4), 492–503.
- Magro, M. J. (2012). A Review Of Social Media Use In E-Government. *Administrative Sciences*, 2(2), 148–161.
- Saxton, G. D., Gomez, L., & Dietrich, S. (2019). Do Csr Messages Resonate? Examining Public Reactions To Firms' Csr Efforts On Social Media. *Journal Of Business Ethics*, 155(359–377).
- Tsamrotul Fuadah, Anwar, R. K., & Saefudin, E. (2023). Penerapan Bauran Promosi Terhadap Promosi Perpustakaan Kementerian Kelautan Dan Perikanan Melalui Media Instagram. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(05), 24–32. Https://Doi.Org/10.56127/Jukim.V2i05.868
- Ulayya, K. N., Priharsari, D., & Perdanakusuma, A. R. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Pemerintahan: Bagaimana Dinas-Dinas Pemerintah Kota Menggunakan Media Sosial Untuk Berkomunikasi Dengan Masyarakat*. 6(5).