

Pengaruh Efektivitas Penggunaan Hashtag Terhadap Kualitas Informasi Pada Platform Instagram RUPBASAN Kelas I Denpasar

Made Kirana Sakya Samantha¹⁾, Ni Wayan Deriani²⁾, Tubagus Mahendra Kusuma³⁾
Bisnis Digital¹⁾²⁾³⁾

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

Denpasar, Indonesia

e-mail: kiranasamantha03@gmail.com¹⁾, deriani@stikom-bali.ac.id²⁾, mahendra_kusuma@stikom-bali.ac.id³⁾

Abstrak

Hashtag merupakan salah satu fitur khas yang terdapat dalam media sosial Instagram, teridentifikasi dengan adanya simbol tagar "#". Fitur hashtag memberikan kemampuan kepada pengguna untuk mengkategorikan dan mengorganisir kontennya, sehingga memudahkan pengguna lain untuk menemukan atau terlibat dengan topik atau minat yang serupa. RUPBASAN Kelas I Denpasar telah menggunakan fitur hashtag dalam penyebaran informasinya, namun yang menjadi pertanyaan adalah bagaimana pengaruh penggunaan hashtag pada akun Instagram RUPBASAN Kelas I Denpasar terhadap kualitas informasi yang disampaikan. Pada penelitian ini akan dibuktikan mengenai pengaruh penggunaan hashtag pada Instagram RUPBASAN Kelas I Denpasar. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Regresi Linier Sederhana, dengan metode pengumpulan data melalui Kuesioner yang disebarakan kepada masyarakat pengguna aktif Instagram dan UPT yang berkaitan dengan RUPBASAN Kelas I Denpasar. Temuan penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara penggunaan fitur hashtag dengan kualitas informasi yang disajikan melalui akun Instagram RUPBASAN Kelas I Denpasar, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Implikasi dari hasil penelitian ini adalah bahwa semakin efektif penggunaan fitur hashtag, semakin meningkat pula kualitas informasi yang dapat diakses oleh pengguna media sosial Instagram.

Kata kunci: Hashtag, Kualitas Informasi, Instagram.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi membawa pengaruh besar ke dalam kehidupan saat ini. Hadirnya internet membuat pekerjaan dapat semakin mudah dilakukan [1]. Kemajuan teknologi ini didorong oleh berbagai faktor. Kebutuhan masyarakat dalam mengakses informasi dengan mudah, kebutuhan sosial manusia untuk saling berkomunikasi, serta munculnya alat-alat pendukung teknologi yang sudah kian berkembang merupakan beberapa faktor majunya teknologi saat ini. Salah satu bentuk perkembangan

teknologi yaitu munculnya media sosial. Seiring dengan munculnya berbagai platform media sosial mendorong perubahan cara manusia berinteraksi saat ini. Berdasarkan hasil survey jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat mencapai 204,7 juta pengguna atau 73,7% dari jumlah penduduk pada awal Januari 2022 [2]. Dari jumlah tersebut sebanyak 191 juta orang atau 93,3% orang aktif menggunakan media sosial per Januari 2022 [3]. Oleh karena itu, media sosial kerap digunakan untuk berbagai keperluan, terutama pada organisasi atau badan publik yang perlu berinteraksi dengan publik dalam operasionalnya. Platform media sosial memungkinkan pengguna untuk dengan mudah berbagi dan menyebarkan informasi dalam berbagai bentuk seperti teks, foto, video, tautan, dll. Media sosial juga dapat digunakan kapan saja dan dimana saja selama memiliki smartphone dan terkoneksi dengan internet [4]. Media sosial menyediakan fitur-fitur canggih yang dapat dimanfaatkan seperti hashtag, share, mention, repost dan masih banyak lagi. Salah satu fitur media sosial yang dapat dimanfaatkan dikenal dengan istilah hashtag yang ditandai dengan simbol "#". Dalam dunia digital, khususnya dalam pemasaran konten digital media sosial, hashtag berguna untuk mengelompokkan suatu topik atau informasi produk agar pasar dapat mengetahui informasi yang diberikan oleh pelaku usaha tentang produk dengan hashtag tertentu [5]. Berdasarkan data survey melalui voting yang dilakukan penulis pada laman Instagram, menunjukkan bahwa 98% dari 52 responden menyatakan bahwa penggunaan hashtag dirasa penting, sehingga dapat dikatakan bahwa hashtag merupakan atribut yang penting dalam penyebaran informasi di media sosial. Semakin banyaknya pengguna media sosial juga mengakibatkan instansi pemerintah mulai memanfaatkan keberadaan media sosial untuk berkomunikasi dengan masyarakat yang dilayaninya [6]. Media sosial menawarkan

kesempatan kepada pemerintah dalam meningkatkan rasa demokrasi dengan mendorong partisipasi publik dalam pengambilan keputusan, meningkatkan layanan publik, mengumpulkan gagasan, dan meningkatkan transparansi [7]. Sejak disahkannya Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik, instansi pemerintah telah menggunakan media sosial sebagai salah satu saluran komunikasinya [8]. Dalam instansi pemerintahan, media sosial digunakan sebagai alternatif untuk memberikan layanan, membentuk kebijakan publik, dan mengumpulkan masukan dari masyarakat [9].

Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar atau yang lebih dikenal dengan RUPBASAN Kelas I Denpasar merupakan salah satu instansi pemerintahan di Indonesia yang sudah memanfaatkan media sosial sebagai saluran komunikasinya. Salah satu media sosial yang digunakan Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar adalah media sosial Instagram. Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar memanfaatkan media sosial Instagram dengan membagikan video dan foto yang berisikan kegiatan yang diringkas secara singkat. Konten media sosial Instagram Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar memiliki peran sebagai media pengenalan tentang Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar yang bertujuan agar penonton dapat lebih mengenal Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar serta nilai di dalamnya. Akan tetapi pemanfaatan media sosial Instagram di Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar hanya untuk membagikan dokumentasi dan informasi saja, tanpa adanya pengelolaan yang lebih baik. Hal ini juga dipertegas dengan pendapat Kepala HUMAS RUPBASAN Kelas I Denpasar, Selvy Inawati, S.H., M.H. melalui wawancara yang dilakukan pada tanggal 27 April 2023 pukul 15.30 WITA yang menyatakan “Pengaruh fitur-fitur yang tersedia pada Instagram dapat membantu meningkatkan peluasan audience dan meningkatkan kualitas informasi.” Menurut data survey dari penulis, melalui kuesioner yang telah disebar, sebanyak 56,3% dari 32 responden masyarakat masih belum mengetahui apa itu Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar. Hal itu menjadikan permasalahan yang saat ini tengah dihadapi oleh Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar. Dari data yang telah didapat, menunjukkan bahwa pemanfaatan penggunaan media sosial Instagram di Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar dirasa belum maksimal.

Dari permasalahan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh penggunaan hashtag yang lebih spesifik pada media sosial Instagram Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar terhadap Kualitas informasi, dengan menggunakan metode kuantitatif regresi linier sederhana yang menggambarkan hubungan sebuah variabel independen (penggunaan fitur hashtag) terhadap sebuah variabel dependen (Kualitas Informasi) dengan pengumpulan data melalui kuesioner terhadap masyarakat pengguna aktif instagram dan instansi yang berhubungan dengan Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara. Diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai efektifitas penggunaan fitur hashtag pada akun Instagram RUPBASAN Kelas I Denpasar terhadap kualitas informasi yang disampaikan. Sehingga RUPBASAN Kelas I Denpasar dapat menggunakan fitur hashtag dengan tepat dan efektif dalam penyampaian informasinya.

2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif.

Tabel 1. Identitas Responden

No	Kategori	Klasifikasi	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Jenis Responden	Masyarakat	91	91%
		UPT Terkait	9	9%
Jumlah			100	100%
2	Usia	13-17 tahun	6	6%
		18-24 tahun	55	55%
		25-34 tahun	20	20%
		35-44 tahun	8	8%
		45-54 tahun	11	11%
Jumlah			100	100%
3	Jenis Kelamin	Laki-Laki	52	52%
		Perempuan	48	48%
Jumlah			100	100%
4	Pengetahuan Mengenai Fitur <i>Hashtag</i>	Mengetahui	100	100%
		Tidak Mengetahui	0	0%
Jumlah			100	100%

Pengaruh Efektivitas Penggunaan Hashtag Terhadap Kualitas Informasi Pada Platform Instagram Rupbasan Kelas I Denpasar (Made Kirana Sakya Samantha)

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Uji Statistik Deskriptif

Pengukuran statistik deskriptif variabel ini dilakukan untuk melihat gambaran data secara umum.

Tabel 2. Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	100	1.00	4.00	3.6800	.58396
X2	100	1.00	4.00	3.4100	.79258
X3	100	2.00	4.00	3.7000	.52223
X4	100	1.00	4.00	3.5800	.62247
X5	100	1.00	4.00	3.4800	.71746
Penggunaan Fitur Hahstag	100	12.00	20.00	17.8500	2.16667
Y1	100	2.00	4.00	3.7000	.52223
Y2	100	2.00	4.00	3.7200	.47312
Y3	100	2.00	4.00	3.6800	.48990
Y4	100	2.00	4.00	3.6000	.55048
Y5	100	2.00	4.00	3.7600	.45216
Kualitas Informasi	100	13.00	20.00	18.4600	1.98184
Valid N (listwise)	100				

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif di atas, dapat digambarkan distribusi data yang didapat yaitu:

1. Variabel Penggunaan Fitur Hashtag (X), dari data tersebut dapat dideskripsikan memiliki nilai minimum sebesar 12, sedangkan nilai maksimum sebesar 20, nilai rata-rata sebesar 17,8500 dan standar deviasi data sebesar 2,16667.
2. Variabel Kualitas Informasi (Y), dari data tersebut dapat dideskripsikan memiliki nilai minimum sebesar 13, sedangkan nilai maksimum sebesar 20, nilai rata-rata sebesar 18,4600 dan standar deviasi data sebesar 1,98184.

3.2 Uji Validitas

Proses uji validitas ini dimulai dengan perhitungan nilai r. Dari perhitungan yang telah dilakukan untuk mencari nilai r tabel, diperoleh hasil r tabel sebesar 0,165 untuk ukuran sampel 98. Angka ini memberikan pedoman bahwa data dapat dinyatakan valid apabila nilai hasil hitungnya melebihi batas kritis tersebut (0,165).

Tabel 3. Uji Validitas Instrumen

Variabel	No Item	r tabel	r hitung	Keterangan
Hashtag (X)	X.1	0,165	0,449	Valid
	X.2	0,165	0,760	Valid
	X.3	0,165	0,620	Valid
	X.4	0,165	0,672	Valid
	X.5	0,165	0,781	Valid
Kualitas Informasi (Y)	Y.1	0,165	0,759	Valid
	Y.2	0,165	0,871	Valid
	Y.3	0,165	0,819	Valid
	Y.4	0,165	0,744	Valid
	Y.5	0,165	0,857	Valid

Hasil perhitungan uji validitas menunjukkan bahwa variabel *Hashtag* (X) dan variabel Kualitas Informasi (Y) diakui sebagai valid, mengingat nilai r hitung yang diperoleh melebihi nilai r tabel (dengan r tabel sebesar 0,165 pada tingkat signifikansi tertentu, dengan jumlah sampel $n = 98$). Oleh karena itu, kesepuluh pertanyaan yang terkandung dalam kuesioner penelitian ini dapat dipandang sebagai valid, mengindikasikan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan secara memadai mencerminkan dan mengukur dengan baik hubungan antara penggunaan *hashtag* dan kualitas informasi dalam konteks penelitian ini.

3.3 Uji Reliabilitas

Pengujian kedua merupakan uji realibilitas. Hal dilakukan ini untuk menentukan apakah data tersebut konsisten dan reliabel untuk melanjutkan ke perhitungan berikutnya [16]. Hasil yang didapat dari uji realibilitas pada penelitian ini adalah:

Tabel 4. Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach Alpha	Cutt-Off	Keterangan
Hashtag (X)	0,763	0,700	Reliabel
Kualitas Informasi (Y)	0,805	0,700	Reliabel

Berdasarkan hasil pengolahan data reliabilitas, dapat dikonfirmasi bahwa data uji menunjukkan kualitas yang baik untuk variabel reliabilitas. Hal ini terungkap dari nilai Cronbach's alpha secara keseluruhan yang melebihi batas kritis yang telah ditetapkan, yaitu 0,700. Pada analisis ini, terlihat bahwa variabel Hashtag (X) memperoleh nilai reliabilitas sebesar 0,763, sementara variabel Kualitas Informasi (Y) menunjukkan nilai reliabilitas sebesar 0,805, mencerminkan tingkat konsistensi dan keandalan yang memadai dalam instrumen pengukuran.

3.4 Uji Normalitas

Peneliti menggunakan Kolmogorov. Adapun hasil uji normalitas yang diperoleh adalah :

Tabel 5. Uji Normalitas

N	Nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Keterangan
100	0,495	Data Berdistribusi Normal

Berdasarkan data yang diolah diperoleh nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Nilai tersebut dapat dilihat pada kolom asymp sig yang menunjukkan angka 0,495. Sehingga secara garis besar dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

3.5 Uji Heterokedastisitas

Berikut merupakan hasil yang diperoleh dari uji heterokedastisitas:

Tabel 6. Uji Heterokedastisitas

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.096	1	1.096	1.037	.311 ^b
	Residual	103.565	98	1.057		
	Total	104.661	99			
a. Dependent Variable: ABS_RES						
b. Predictors: (Constant), Penggunaan Fitur Hahstag						

Dari output tabel diatas terlihat bahwa nilai signifikansi variabel Penggunaan Fitur Hashtag sebesar 0,311. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti tidak terdapat pengaruh antara varibel bebas terhadap absolute residual. Dengan demikian model regresi yang dibuat tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

3.6 Uji Linearitas

Penelitian ini dilakukan uji linearitas untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau masih salah dan juga untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang linier antar data

Tabel 7. Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kualitas Informasi * Penggunaan Fitur Hahstag	Between Groups	(Combined)	200.662	8	25.083	12.130	.000
		Linearity	162.604	1	162.604	78.633	.000
		Deviation from Linearity	38.058	7	5.437	2.629	.076
	Within Groups		188.178	91	2.068		
	Total		388.840	99			

Berdasarkan hasil uji linearitas pada point nilai deviation from linearity sebesar 0,076, yang dimana menunjukkan nilai deviation from linearity lebih besar dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa data penelitian Penggunaan Fitur Hashtag terhadap Kualitas Indormasi memenuhi syarat linearitas.

3.7 Analisis Regresi Linier Sederhana

Proses perhitungan koefisien regresi linier sederhana dilakukan dengan menggunakan analisis regresi. Hasil analisis terlihat dalam hasil berikut :

Tabel 8. Uji Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.902	1.267		6.236	.000
	Penggunaan Fitur Hahstag	.592	.070	.647	8.393	.000

a. Dependent Variable: Kualitas Informasi

Dari persamaan regresi linier di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta (\square), sebesar 7,902 menyatakan bahwa jika variabel independent dianggap konstan, maka rata-rata kualitas informasi yaitu sebesar 7,902.
2. Nilai koefisien $\square_1 = 0,592$ menunjukkan bahwa terdapat arah positif antara variabel Penggunaan Hashtag (X) terhadap Kualitas Informasi (Y) sebesar 0,592. Hal ini berarti apabila variabel Penggunaan Hashtag (X) naik sebesar 1 satuan, maka Kualitas Informasi (Y) akan bertambah sebesar 0,592 dengan catatan bahwa variabel lain tetap atau konstan.

3.8 Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Adapun hasil uji koefisien determinasi yaitu:

Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.647 ^a	.418	.412	1.51939

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Fitur Hahstag
b. Dependent Variable: Kualitas Informasi

Hasil uji pada tabel di atas memberikan hasil yang baik, dimana diperoleh besarnya R^2 (*R-Square*) adalah sebesar 0,418. Hal itu berarti bahwa 41,8% Kualitas Informasi di akun Instagram RUPBASAN Kelas I Denpasar dipengaruhi oleh faktor Penggunaan *Hashtag*. Sedangkan sisanya 58,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

3.9 Uji Koefisien Korelasi (R)

Analisis Koefisien Korelasi (R) dapat dilihat dari nilai R pada tabel dibawah ini :

Tabel 10. Uji Koefisien Korelasi (R)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.647 ^a	.418	.412	1.51939

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Fitur Hahstag
b. Dependent Variable: Kualitas Informasi

Nilai R pada tabel di atas adalah 0,647 nilai ini bersifat positif menunjukkan hubungan positif, yang berarti variabel Penggunaan Hashtag memiliki hubungan yang kuat terhadap Kualitas Informasi

3.10 Uji t

Uji t dapat dilihat pada tabel Coefficients hubungan dari variabel independent terhadap variabel dependen dapat dilihat dari nilai signifikansi.

Tabel 11. Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.902	1.267		6.236	.000
	Penggunaan Fitur Hahstag	.592	.070	.647	8.393	.000

a. Dependent Variable: Kualitas Informasi

Berdasarkan hasil analisis pengaruh Fitur Hashtag terhadap Kualitas Informasi diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan nilai koefisien regresi positif 0,592 dengan t hitung sebesar 8,393. Nilai signifikansi dari variabel Penggunaan Fitur Hashtag lebih kecil dari level of significant (0,05). Dimana $0,000 < 0,05$ menunjukkan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa Penggunaan Hashtag berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Informasi. Semakin tinggi penerapan penggunaan Hashtag, maka akan semakin meningkatkan Kualitas Informasi pada Instagram. Sedangkan t hitung sebesar 8,393 yang lebih besar dari t tabel ($8,393 > 1,66055$) menunjukkan bahwa variabel penggunaan hashtag memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas informasi.

4. Kesimpulan

Berdasarkan pengujian dan analisa yang telah dilakukan, maka dapat ditentukan kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut.

1. Penelitian ini memberikan pemahaman tentang penerapan *hashtag* yang tepat di media sosial Instagram RUPBASAN Kelas I Denpasar. Hasil analisis menunjukkan bahwa pemilihan dan penggunaan *hashtag* secara efektif dapat meningkatkan kualitas informasi yang disampaikan.
2. Temuan penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara penggunaan fitur *hashtag* dengan kualitas informasi yang disampaikan melalui akun Instagram RUPBASAN Kelas I Denpasar. Semakin aktif dan optimal penggunaan fitur *hashtag*, semakin meningkat pula kualitas informasi yang dapat diakses oleh masyarakat.
3. Penelitian ini juga berhasil mencapai manfaat yang diharapkan penulis yaitu :
 - a. Hasil penelitian ini memberikan pemahaman faktor yang mempengaruhi kualitas informasi dalam platform media sosial Instagram, khususnya melibatkan fitur *hashtag*.
 - b. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi acuan bagi RUPBASAN Kelas I Denpasar dalam memaksimalkan penggunaan media sosial Instagram sebagai media penyebaran informasi, khususnya dalam penggunaan fitur *hashtag*. Sehingga dapat memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi terkait RUPBASAN Kelas I Denpasar.

Daftar Pustaka

- [1] S. Akmalia, "Perkembangan Internet Pada Generasi Muda Di Indonesia Dengan Kaitan Undang-Undang Ite Yang Berlaku," *Cyber Secur. Dan Forensik Digit.*, Vol. 1, No. 2, 2019, Doi: 10.14421/Csecurity.2018.1.2.1371.
- [2] C. Annur, "Ada 204,7 Juta Pengguna Internet Di Indonesia Awal 2022," *Databoks*, 2022.
- [3] S. Widi, "Pengguna Media Sosial Di Indonesia Sebanyak 167 Juta Pada 2023," *Data Indonesia*, 2023. <https://DataIndonesia.Id/Digital/Detail/Pengguna-Media-Sosial-Di-Indonesia-Sebanyak-167-Juta-Pada-2023> (Accessed Mar. 31, 2023).
- [4] A. Akbar Alkatili *Et Al.*, "Analisis Penggunaan Hashtag Di Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Thrift," *J. Econ. Bus. Manag.*, Vol. 1, No. 4, 2022.
- [5] D. Afriani And Mahyuzar, "Penggunaan Hashtag Sebagai Varian Promosi Produk Pada Media Sosial Instagram," *J. Ilm. Mhs. Fisip Unsyiah*, Vol. 3, No. 1, 2018.
- [6] Kominfo, *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah*, Vol. 7, No. 1. 2018.
- [7] Direktorat Jenderal Kekayaan Negara, *Membangun Kepercayaan Publik Melalui Komunikasi Yang Efektif*, 37th Ed. Kemenkeu.Go.Id, 2020. [Online]. Available: www.djkn.kemenkeu.go.id
- [8] K. Nabila Ulayya, D. Prihasari, And A. R. Perdanakusuma, "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Pemerintahan: Bagaimana Dinas-Dinas Pemerintah Kota Menggunakan Media Sosial Untuk Berkomunikasi Dengan Masyarakat," 2022. [Online]. Available: <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- [9] M. A. Furqon, D. Hermansyah, R. Sari, A. Sukma, Y. Akbar, And N. A. Rakhmawati, "Analisis Sosial Media Pemerintah Daerah Di Indonesia Berdasarkan Respons Warganet," *J. Sosioteknologi*, Vol. 17, No. 2, 2018.
- [10] I. Lenaini, "Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling," *J. Kajian, Penelit. Pengemb. Pendidik. Sej.*, Vol. 6, No. 1, 2021.