

EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT TENTANG LINGKUNGAN MENGGUNAKAN SERVICE QUALITY

Juharni, Andry Ananda Putra Tangu Mara, Titus Kurra

Teknik Informatika, STIMIKOM Stella Maris Sumba

Jalan Karya Kasih - Tambolaka

juharni08@gmail.com

ABSTRAK

Media sosial merupakan suatu alat komunikasi dan kolaborasi yang memungkinkan kita dapat berbicara, melihat, membaca suatu kejadian secara digital. Adapun media sosial ini digunakan sebagai mencari informasi dan juga menjalin interaksi dengan orang lain, media sosial juga digunakan masyarakat untuk melihat opini-opini orang mengenai suatu kejadian tertentu seperti sebuah festival yang ada pada suatu provinsi maupun kabupaten. Oleh karena tujuan dari penelitian ini adalah bagaimana membuat suatu sistem analisis terhadap masyarakat mengenai pemanfaatan media sosial terhadap lingkungan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Service Quality, dengan metode ini kita bisa mengukur suatu kualitas pelayanan efektivitas media sosial terhadap topik lingkungan sehingga bisa dilihat apakah mampu memberikan kepuasan kepada penggunaannya. Hasil dari penelitian ini adalah tingkat accuracy yang diterima adalah sangat positif, yang berarti bahwa masyarakat sangat setuju akan pentingnya lingkungan dengan memanfaatkan media sosial yang dilihat dari hasil precession true positif lebih besar dari true negatif dengan nilai 31 berbanding 1.

Kata kunci: Media, Sosial, Service Quality, Masyarakat, Efektivitas, Lingkungan

1. PENDAHULUAN

Platform media yang tersebar diinternet merupakan suatu perangkat berkomunikasi serta perpaduan dimana memungkinkan kita dapat berbicara, melihat, membaca suatu kejadian secara digital. Adapun media sosial ini digunakan sebagai mencari informasi dan juga menghubungkan interaksi antar user atau pengguna media komunikasi tersebut media ini juga digunakan masyarakat untuk melihat opini-opini orang mengenai suatu kejadian tertentu seperti sebuah festival yang ada pada suatu provinsi maupun kabupaten.

Keadaan fisiografi Wilayah Kabupaten Sumba Barat yang berbukit-bukit dengan kondisi lahan sebagian merupakan area tanpa tegakan, merupakan kondisi yang rawan terhadap bencana longsor. Potensi bencana ini justru diperbesar dengan eksploitasi alam oleh masyarakat. Belum lagi pola pengrusakan lingkungan lainnya seperti sampah menumpuk dan pencemaran lingkungan. Hal ini menunjukkan rendahnya peran serta masyarakat dalam pengelolaan Lingkungan. Padahal masyarakat paling dibahayakan dengan adanya bencana ini sekaligus kelompok potensial untuk menangani persoalan-persoalan lingkungan hidup.

Dalam konteks masyarakat Sumba, kesadaran hidup menyatu dengan alam sebenarnya merupakan bijaksana hidup warisan para leluhur melalui keyakinan Marapu. Kepercayaan lokal masyarakat Sumba ini sejalan dengan kegerakan global atau perkembangan zaman saat ini yang sudah lebih maju untuk mengatasi persoalan kerusakan lingkungan hidup. Hal ini menunjukkan dua penekanan penting, yakni semangat pelestarian lingkungan sebenarnya bukanlah sesuatu yang baru atau kegerakan asing (suatu proses yang baru dikenal masyarakat), perilaku

merusak lingkungan bukan saja masalah kurangnya pengetahuan dan informasi terkait cara pengelolaan alam tetapi juga degradasi nilai-nilai lokal bernilai global.

Sumba Barat memiliki Festival adat tahunan yang sangat diminati oleh wisatawan, yakni Pasola pada bulan februai hingga maret, tradisi Pajurra (tinju tradisional) bulan oktober, serta Wulla Poddu pada bulan Nopember. Festival adat besar ini menjadi momentum yang baik untuk menggaungkan kembali nilai hidup berdampingan dengan alam sebagai langkah menstimulasi perilaku pro kelestarian lingkungan dan pengendalian perilaku kerusakan lingkungan. Pemerintah Daerah Kabupaten Sumba Barat melalui Dinas Lingkungan Hidup berkolaborasi dengan Organisasi Pelayanan Kemanusiaan Internasional Rotary Club District 3410 dan 3420 mengemas langkah ini dalam bentuk kegiatan “Sumba Run for Conservation: Universe Reunion”, yakni lari lintas alam dipadukan dengan penanaman pohon. Model olahraga eksploratif dan fun dipilih melihat kesesuaian dengan trend untuk menggait lebih banyak keterlibatan orang muda.

Pengelola acara ini telah berupaya memberikan promosi mengenai acara tersebut agar masyarakat mengetahui adanya acara yang diselenggarakan ini sehingga menarik minat masyarakat sekitar untuk bergabung. Kegiatan promosi ini dilakukan melalui media konvesioanl seperti brosur, dan leaflet, dan media sosial yaitu instagram, facebook. Dengan seiring perkembangan zaman setiap kegiatan yang akan di informasikan lebih banyak menggunakan media sosial. Pernyataan ini didukung dengan penelitian terdahulu yang sempat membahas mengenai efektivitas media sosial dalam meningkatkan pembelajaran daring, dimana hasil yang didapatkan

adalah Peningkatan hasil belajar siswa yang diberi pembelajaran daring berbasis media sosial facebook lebih tinggi daripada peningkatan hasil belajar siswa yang diberi pembelajaran daring biasa [1]

Efektivitas promosi dapat dipengaruhi oleh karakteristik pengakses dan karakteristik media sosial yang diukur melalui interest (ketertarikan), desire (keinginan) dan action (tindakan) [2]. Sehingga penulis ingin mengetahui sejauh mana efektivitas media sosial yang dikelola dapat menarik minat masyarakat untuk melihat informasi yang sudah diberikan mengenai lingkungan dan juga sejauh mana efektivitas media sosial sebagai media promosi lingkungan.

Oleh karena itu dari pembahasan diatas tujuan dari penelitian ini adalah bagaimana membuat suatu sistem analisis terhadap masyarakat mengenai pemanfaatan media sosial terhadap lingkungan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam melakukan pembuatan aplikasi ini penulis menggunakan aplikasi tambahan yang digunakan untuk mendukung keberhasilan penelitian ini.

2.1. Lingkungan

Lingkungan sendiri merupakan suatu keberadaan yang berada disuatu daerah, adapun literatur lain yang membahas mengenai lingkungan yaitu suatu kesatuan dengan benda atau makhluk hidup yang termasuk didalamnya. Adapun lingkungan juga diartikan sebagai jumlah semua benda hidup dan benda mati yang ada pada ruangan atau wilayah itu sendiri [3].

2.2. Media Sosial

Media sosial memberikan akses yang mudah kepada para penggunanya untuk berinteraksi atau membagikan informasi [4]. Media sosial juga menawarkan kebebasan bagi penggunanya untuk menyebarkan informasi yang di terima untuk suatu kebutuhan. Adapun komunikasi yang dilakukan oleh suatu pemerintahan maupun organisasi melalui media sosial diperlukan keahlian sehingga informasi yang hendak diberikan bisa berjalan secara efektif. Informasi yang hendak di berikan harus jelas, tidak berbelit-belit, singkat, padat, dan tidak terlalu basa basi. Media sosial sendiri ini juga digunakan pada penelitian ini untuk dilakuakn analisis dalam melihat topik penelitian mengenai lingkungan dengan memanfaatkan media sosial sehingga menghasilkan suatu penelitian yang bermanfaat.

2.3. Analisis Sentimen

Mengenai Analisis sentimen sendiri adalah suatu teknik yang digunakan untuk melihat pendapat, evaluasi, sentimen, sikap, penilaian, dan emosi terhadap suatu entitas topik seperti layanan individu, masalah, topik, dan lainnya [5].

Analisis sentimen ini juga sudah banyak digunakan oleh para peneliti-peneliti yang biasa nya digunakan untuk melihat suatu opini masyarakat dengan topik-topik tertentu baik didalam media sosial maupun kejadian yang terjadi didunia nyata. Biasanya hasil dari analisis ini untuk mengemukakan siapa dan berapa presentase positif dan negatif dari topik yang dianalisis kemudian dibuatkan suatu visualisasi untuk di informasikan.

Dalam menunjang penelitian ini maka penulis menambahkan penelitian terdahulu sebagai berikut :

Penelitian yang pernah dilakukan adalah bagaimana menganalisis peran media sosial atas keputusan pelanggan D'brothers laundry. Menurut pandangannya media sosial ini adlaah suatu hal yang baru. Pelaku usaha yang ada sekarang sudah banyak menggunakan media sosial untuk memasarkan usahanya. Adapun tujuan yang dilakukan penelitian ini adalah agar bisa mengetahui peran dari media sosial ini apakah cukup dalam mengetahui efektivitas marketing yang ada. Adapun penerapan metode yang dipakai dalam penulisan ini adalh deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa marketing media sosial sosial facebook sudah cukup efektif terhadap keputusan pelanggan [6]

Adapun penelitian dengan judul Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada Umkm Chacha Flowers, Pemberdayaan UMKM yang ada pada era globalisasi saat ini dan juga tinggi nya persaingan antara sesama UMKM harus mampu menghadapi tantangan global seperti hal nya meningkatkan inovasi produk jasa. Tujuan dari penelitian ini adalh guna mengetahui efektivitas promosi yang dilakukan UMKM di media sosial instagram. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa efektivitas media sosial Instagram sebagai media promosi pada UMKM Chacha Flowers bermanfaat menarik minat konsumen untuk mengetahui produk yang tersedia [7].

Hasil penelitian yang dilakukan dengan topik penelitian yang membahas mengenai efektif peran media sosial pada platform Instagram dengan melakuakn pendekatan model, dimana pada analisis ini dengan adanya media sosial dirasakan bermanfaat terhadap proses jual beli yang ada. Hasil yang didapatkan dalam penelitian adalah proses iklan yang dilakuakn pada media platform instagram sungguh efektif dengan mendapatkan nilai 4,337 pada poin atension, lalu poin interest adalah 4,26 dan nilai lainnya [8].

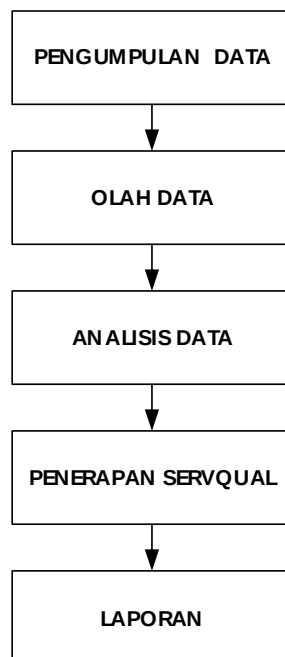
Penelitian yang membahas mengenai peran media dalam melihat efektif penggunaan media sosial khususnya TikTok dengan studi kasus toko @hellofrutives yang sudah memanfaatkan media

digital dalam proses pemasaran nya. Adapun metode yang dipakai dalam metode ini adalah analisis SWOT dan 3 layer media sosial. Hasilnya penelitian ini bisa mengembangkan teknik pemasaran dengan online pada platform media sosial [9].

Penelitian yang dilakukan dengan judul “Analisis Adopsi Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Digital Bagi UMKM Makanan dan Minuman di Jatinangor” mengatakan bahwa Ketidaktahuan para pelaku UMKM Makanan dan Minuman di Jatinangor mengenai praktik pemasaran yang menggunakan media digital dan berbiaya rendah, serta minimnya UMKM makanan dan minuman di wilayah Jatinangor yang memanfaatkan fitur Instagram for Business dalam menunjang promosi produk. Metode untuk memecahkan masalah ini menggunakan pendekatan wawancara terhadap 30 pemilik UMKM Jatinangor, hasil dari penelitian ini adalah setelah memperoleh informasi dan edukasi mengenai fitur Instagram for Business 90% dari responden langsung mengaktifkan fitur Instagram for Business khusus untuk usaha yang mereka miliki [10].

3. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis menambahkan alur tahapan penelitian sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan Penelitian

3.1. Kumpul Data

Pada proses ini peneliti melakukan pengumpulan data mengenai data yang akan digunakan dalam proses penelitian ini seperti, pada tahapan pengumpulan data ini menggunakan teknik observasi dan wawancara terhadap pihak terkait.

Dari hasil observasi yang telah dilakukan adalah peneliti melihat sendiri bahwa di salah satu wilayah yang masih banyak kurang kesadaran dalam menjaga

kebersihan seperti membuang sampah sembarangan. Dan juga dari hasil wawancara mendalam dengan informan juga penulis menggunakan beberapa pertanyaan yang sebelumnya sudah disiapkan untuk mendukung penelitian ini. Salah satu nya sejauh mana upaya yang dilakukan untuk melihat respon atau partisipasi masyarakat dalam menjaga lingkungan disekitarnya. Dalam pengumpulan data ini peneliti melakukan proses pengumpulan kuisioner yang disebarkan terhadap masyarakat yang bertempat tinggal di kabupaten sumba barat melalui form online, berikut hasil pengumpulan datanya :

The screenshot shows a Google Form titled "EFEKTIVITAS KEPUASAN PELANGGAN MEDIA SOSIAL ...". The form status is "Aktif" (Active). Below the status, there are options to "Bagikan" (Share), "Lihat Tanggapan" (View Responses) with a count of 89, and "Kumpulkan Tanggapan" (Collect Responses). The bottom section displays a list of responses, each with a timestamp, the question text, and the respondent's answer.

No	Timestamp	Question	Answer
89	28 Sep 2023, 07:57 PM	MENURUT ANDA BAGAIMAN...	BURUK
		MENURUT ANDA BAGAIMAN...	BURUK
88	28 Sep 2023, 04:13 PM	MENURUT ANDA BAGAIMAN...	BAIK
		MENURUT ANDA BAGAIMAN...	BAIK
87	28 Sep 2023, 03:10 PM	MENURUT ANDA BAGAIMAN...	BAIK
		MENURUT ANDA BAGAIMAN...	BAIK
86	28 Sep 2023, 02:08 PM	MENURUT ANDA BAGAIMAN...	BAIK
		MENURUT ANDA BAGAIMAN...	BURUK
85	28 Sep 2023, 02:07 PM	MENURUT ANDA BAGAIMAN...	BAIK
		MENURUT ANDA BAGAIMAN...	BAIK
84	28 Sep 2023, 01:46 PM	MENURUT ANDA BAGAIMAN...	BURUK
		MENURUT ANDA BAGAIMAN...	BURUK

Gambar 2. Proses Pengumpulan Kuisioner

3.2. Olah Data

Pada tahapan olah data ini, yang dilakukan adalah setelah mendapatkan data maka penulis melakukan pengolahan data yang didapat untuk di pilih atau memfilter data mana yang perlu digunakan dan tidak digunakan.

Dalam pengolahan data yang sudah dikumpulkan maka akan dilakukan cleaning, celaning yang dimaksud adalah bagaimana melakukan pemisahan data-data yang tidak valid dan juga memilih data-data yang akan dipakai dalam melakukan analisis, berikut ini contoh dari pengolahan data :

Gambar 3. Hasil Pengumpulan Data Kuisioner

Pada gambar 2 diatas menjelaskan bahwa data yang didapatkan dari pengumpulan kuisioner masi sesuai dengan format yang diberikan dan juga masi banyak narasumber yang dimintai jawaban dengan mengisi halaman yang kosong atau tidak mengisi apa-apa.

Gambar 4. Hasil Proses Cleaning

Pada gambar 3 diatas merupakan hasil dari cleaning dari proses pengumpulan data kuisioner yang masi belum teratur dan belum sesuai dengan tahapan analisis yang diinginkan dan disederhanakan agar sesuai dengan yang diharapkan.

3.3. Analisis Data

Pada tahapan ini setelah melakukan pengumpulan data dan olah data maka selanjutnya akan dilakukan analisis data menggunakan software tambahan untuk mendukung proses analisis ini sehingga bisa menemukan hasil yang diinginkan. Pada analisis ini atribut yang akan digunakan dalam penilaian analisis ini adalah “teks komentar/jawaban

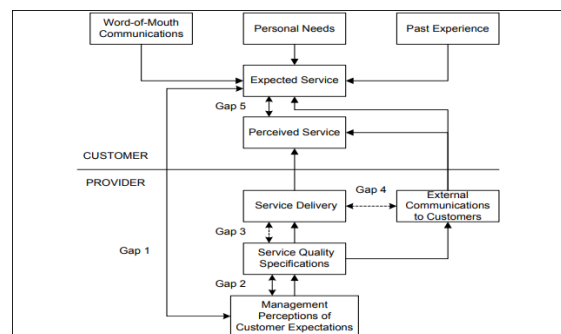
dari masyarakat yang mengisi form yang disebarakan dan juga penilaian terhadap sentimen positif dan negatif yang dianalisis oleh rapidminer.”

3.4. Penerapan Servqual

Pada tahapan ini akan diterapkan metode pengembangan sistem menggunakan Service Quality, yang dimana proses ini akan mencoba menggabungkan metode Servqual didalam proses analisis sehingga mendukung penelitian ini. Dalam servqual sendiri memiliki 5 Gap dalam proses nya, 5 gap tersebut sebagai berikut :

1. Gap 1, adalah kesenjangan antara suatu persepsi manajemen atas ekspektasi konsumen itu dengan ekspektasi konsumen lain.
2. Gap 2, adalah suatu kesenjangan yang terjadi atas spesifikasi kualitas jasa yang ada.
3. Gap 3, adalah proses kesenjangan antara penyampaian suatu jasa dan bernilai negatif yang terjadi sebab penyampaian jasa tidak memenuhi target yang diharapkan serta tidak ada pengukuran target.
4. Gap 4, merupakan suatu kesenjangan terhadap suatu jasa dan komunikasi eksternal
5. Gap 5, kesenjangan yang dirasakan melalui harapan konsumen serta persepsi konsumen, yang berarti suatu jasa dipersepsikan tidak sesuai dengan jasa yang diharapkan.

Berikut ini model dari metode Servqual:



Gambar 5. Model Servqual

3.5. Laporan

Pada tahapan yang paling terakhir ini setelah proses tahapan penelitian selesai maka akan dilakukan pelaporan hasil akhir yang digunakan untuk perekapan penelitian yang sudah dilakukan sehingga lebih mudah dibaca.

3.6. Metode Pengembangan Sistem

Metode pengembangan sistem yang diterapkan pada penelitian ini adalah Metode Service Quality, dengan metode ini kita bisa mengukur suatu kualitas pelayanan efektivitas media sosial terhadap topik lingkungan sehingga bisa dilihat apakah mampu memberikan kepuasan kepada penggunaanya [11].

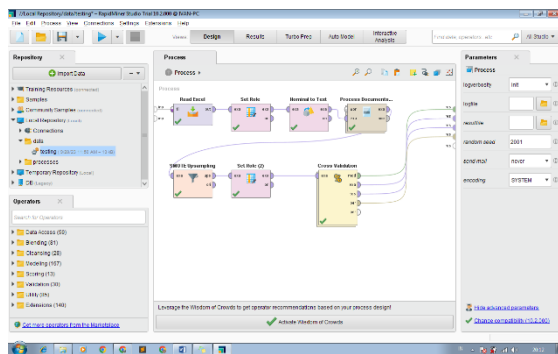
Kepuasan pengguna merupakan suatu salah satu faktor pendukung keberhasilan dalam implementasi sistem informasi, dari definisi mengenai service quality diatas ada beberapa pengertian mengenai service quality / kualitas pelayanan yang diantaranya adalah :

- Excellent
- Costumer
- Service
- Quality
- Level
- Consistent
- Delivery

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan menampilkan hasil dari analisis yang dilakukan dengan rapidminer guna melihat sentimen masyarakat dalam hal mengenai lingkungan, adapun proses dalam menganalisis ini sebagai berikut :

4.1. Halaman Dashboard Rapidminer

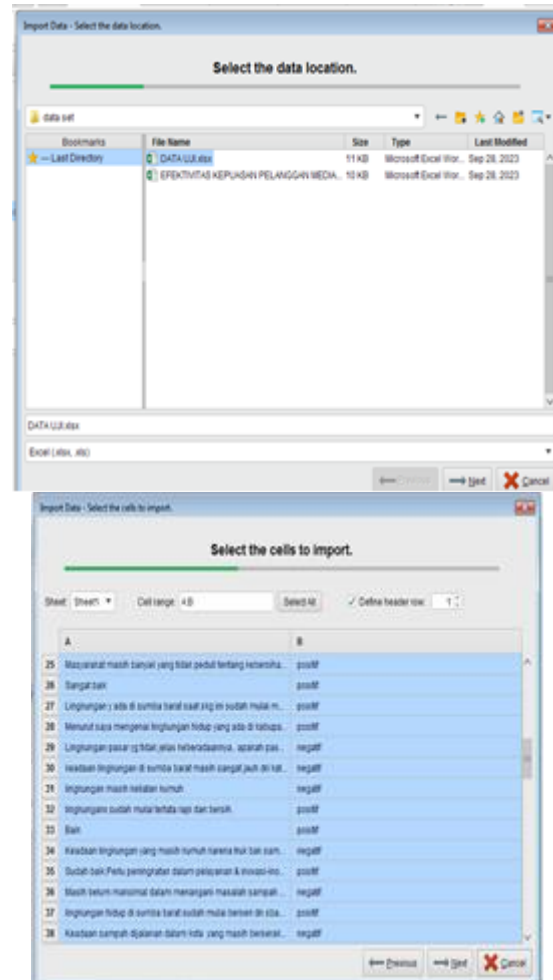


Gambar 6. Halaman Dashboard Rapidminer

Pada gambar 2 ini menggambarkan bahwa operators atau tools yang ada pada aplikasi guna mendukung analisis yang digunakan, adapun operators yang dipakai dalam analisis ini antara lain : Read excel, Set Role, Nominal to Text, Process Document, SMOTE Upsampling, Set Role (2), Cross Validation.

4.2. Read Excel

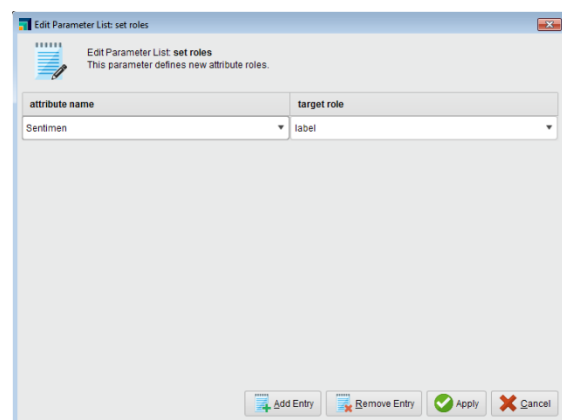
Pada tahapan ini dilakukan untuk memilih data mana yang akan dijadikan data analisis atau sampel.



Gambar 7. Proses Input Data Excel dan Memilih Sheet

4.3. Set Role

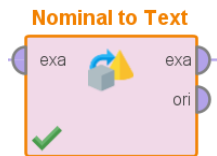
Set Role berfungsi untuk membedakan baris penamaan atribut koordinat dan prediksi posisi yang akan di masukan kedalam kategori 'label'. Agar pada saat pengkategorian data 'label' tidak ikut serta terhitung dan merubah hasil.



Gambar 8. Set Role

4.4. Nominal To Text

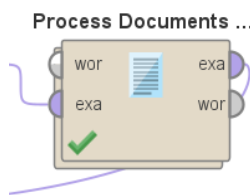
Operator Nominal to Text berfungsi untuk mengubah jenis atribut nominal yang dipilih menjadi teks. Operator ini juga memetakan semua nilai dari atribut ini ke nilai string yang sesuai. Data teks diproses untuk mengekstrak kata-kata dan mengirimkan kata -vektor (numerik untuk mewakili teks).



Gambar 9. Nominal To Text

4.5. Process Document

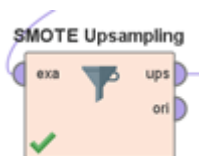
Pada proses ini akan difungsikan untuk melakukan analisis data set yang dimana melalui proses cleaning, tokenize dan lainnya sehingga menjadi kata yang baku dan bisa dinilai positif dan negatif nya.



Gambar 10. Process Document

4.6. SMOTE Upsampling

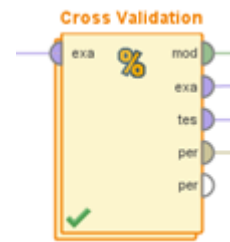
Operators ini berfungsi untuk teknik statistik untuk meningkatkan jumlah kasus dalam himpunan data Anda dengan cara yang seimbang. Komponen bekerja dengan menghasilkan instans baru dari kasus minoritas yang ada yang Anda berikan sebagai input.



Gambar 11. Process UpSampling

4.7. Cross Validation

Cross Validation adalah operator yang bersarang yang memiliki dua subproses: subproses training yang digunakan untuk melatih model dan subproses testing untuk pengujian sekaligus mengukur kinerja model.



Gambar 12. Cross Validation

4.8. Hasil Pengujian Variabel

Pada hasil pengujian ini dilakukan analisis terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian ini, variabel yang di analisis adalah teks atau isi dari hasil kuisioner dan komentar atau jawaban dari kuisioner. Dari hasil analisis ini akan dinilai sentimen positif dan negatif berdasarkan score/bobot yang dihasilkan analisis menggunakan rapidminer jika nilai confidence 1 maka masuk kedalam sentimen yang dituju, namun jika nilai confidence nya 0 maka tidak ada sentimen yang dituju.

Row No.	Sentimen	prediction(Sentimen)	confidence(negatif)	confidence(positif)	aktif	angkat	angkar
1	positif	negatif	1.000	0.000	0	0	0
2	positif	positif	0	1	0	0	0
3	positif	negatif	1.000	0.000	0	0	0
4	positif	positif	0	1	0	0	0
5	negatif	negatif	1	0	0	0	0
6	negatif	negatif	1	0	0	0	0
7	negatif	negatif	1	0	0	0	0
8	negatif	negatif	1	0	0	0	0
9	positif	positif	0	1	0	0	0
10	negatif	negatif	1	0	0	0	0
11	positif	positif	0	1	0	0	0
12	positif	negatif	1.000	0.000	0	0	0
13	positif	negatif	1.000	0.000	0	0	0
14	negatif	negatif	1	0	0	0	0
15	positif	positif	0	1	0	0	0

Gambar 13. Hasil Pengujian Variabel

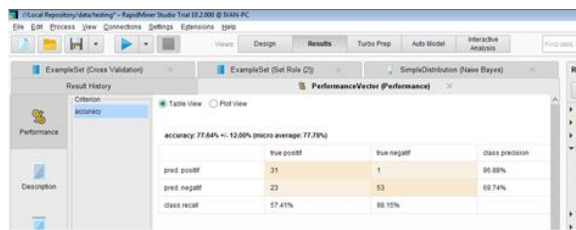
4.9. Hasil Accuracy

Criterion	Accuracy	True Pos	True Neg	Class Precision
accuracy	77.64% +/- 12.08% (micro average: 77.78%)			
prec positif	31	1	95.88%	
prec negatif	23	53	69.74%	
class recall	57.41%	95.15%		

Gambar 14. Hasil Accuracy

Pada proses ini setelah dilakukan running analisis maka didapatkan nilai akurasi yaitu 77.64%. Yang dimana pada hasil accuracy ini menunjukkan bahwa dengan media sosial ini banyak menunjukkan hal positif.

4.10. Hasil Precision



	True Positif	True Negatif	Class Precision
pred positif	31	1	96.88%
pred negatif	23	53	69.74%
class recall	67.41%	98.15%	

Gambar 15. Hasil Precision

Dari hasil precision diatas menunjukkan bahwa tabel kebenaran yang mengatakan positif adalah 31 dan negatif adalah 1. Maksud dari angka 31 dan 1 ini adalah pada hasil precision diatas ada 2 versi yang di hasilkan yaitu prediksi positif dan prediksi negatif, dimana prediksi ini diambil dari data set uji yang belum mengetahui pastinya nilai tersebut bersifat negatif atau positif. Dan data versi yang satunya adalah true positif dan true negatif, ini bermaksud hasil true positif tersebut adalah merupakan suatu data positif yang diprediksi benar, maka data diatas menunjukkan data positif yang betul-betul benar adalah 31 data. Dan true negatif adalah suatu data yang bersifat negatif namun dipercaya prediksi nya benar negatif adalah 53.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Pada kesimpulan ini yang penulis berikan adalah dari keseluruhan analisis maka bisa dikatakan total accuracy adalah 77.64% dengan total nilai class precision yang lebih dominan adalah prediksi positif lebih tinggi dari prediksi negatif yaitu 96.88% dari 69.74%

Kedepannya bisa dilakukan analisis dengan aplikasi lain atau bahkan bisa dilakukan analisis dengan perbandingan 2 metode dan 2 aplikasi untuk melihat mana yang paling akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Fitri, L. Sibuea, M. A. Sembiring, R. Tama, and A. Agus, "EFEKTIVITAS PEMBELAJARAN DARING BERBASIS MEDIA," vol. 4307, no. February, pp. 73–77, 2020.
- [2] K. Klaten, "EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA UMBUL," vol. 17, no. 1, pp. 13–27, 2019.
- [3] R. Kristyowati and A. Purwanto, "Pembelajaran Literasi Sains Melalui Pemanfaatan Lingkungan," pp. 183–191, 2016.
- [4] C. Sya, D. Misnawati, J. Jend, and A. Y. No, "PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @ YHOOPHII _ OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN," vol. 14, no. 1, pp. 32–41, 2020.
- [5] N. Putu, G. Naraswati, D. C. Rosmilda, D. Desinta, P. D. Statistika, and P. S. Stis, "Analisis Sentimen Publik dari Twitter Tentang Kebijakan Penanganan Covid-19 di Indonesia dengan Naive Bayes Classification," vol. 10, pp. 228–238, 2021.
- [6] A. Willem, A. L. Tumbel, R. L. Samadi, J. Manajemen, and F. Ekonomi, "ANALISIS EFEKTIVITAS MARKETING MEDIA SOSIAL FACEBOOK TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN D ' BROTHERS LAUNDRY ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON FACEBOOK ON D ' BROTHERS LAUNDRY ' S CUSTOMER DECISIONS," vol. 8, no. 1, pp. 156–165, 2020.
- [7] E. Promosi and M. Sosial, "EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang," vol. 4, no. 1, pp. 12–20, 2021.
- [8] P. S. Agribisnis, F. Pertanian, and U. Padjadjaran, "EFEKTIVITAS IKLAN PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM KOJAMA SHOP DENGAN PENDEKATAN AIDA MODEL ADVERTISING EFFECTIVENESS IN SOCIAL MEDIA INSTAGRAM KOJAMA SHOP WITH AIDA MODEL APPROACH Shilla Novira Pertiwi *, vol. 7, no. 1, pp. 299–308, 2021.
- [9] S. Azhari and I. Ardiansah, "Efektivitas Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Platform Pemasaran Digital Produk Olahan Buah Frutivez (@ hellofrutivez) Effectiveness the Use of TikTok Social Media as Digital Marketing Platform on Processed Fruit Product Frutivez (@ hellofrutivez)," *JUSTIN (Jurnal Sist. dan Teknol. Informasi)*, vol. 10, no. 1, pp. 222–229, 2022, doi: 10.26418/justin.v10i1.45284.
- [10] K. Kunci, "Analisis Adopsi Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Digital Bagi UMKM Makanan dan Minuman di Jatinangor," vol. 2, no. 1, pp. 188–198, 2019.
- [11] Y. Septiani, E. Arribe, and R. Diansyah, "(Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Abdurrah Pekanbaru)," vol. 3, no. 1, pp. 131–143, 2020.