



STRATEGI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @BRMPVETERINER SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PUBLIK

Alya Az Zahra Iriana Putri¹, Amiruddin Saleh²

Abstract

The development of digital technology has driven significant changes in public communication patterns, the Center for Veterinary Assembly and Modernization as a government agency has the responsibility to carry out effective and adaptive public communication functions to the development of information technology to provide services to the public related to the provision of information and education through the use of Instagram. The purpose of this study is to analyze the management strategy of the Instagram account @brmpveteriner as a public communication medium and to analyze the challenges faced in the management process. This study uses a qualitative descriptive method. Data were collected through observation and interviews. The results show that the BRMP Veteriner social media management team is able to build a social media management system that is structured, communicative, and oriented towards public participation. Through the application of The Circular Model of SoMe theory, which includes four stages. In the Share stage, the agency focuses on disseminating informative and educational content. The Optimize stage focuses on following trends and maintaining visual identity consistency. The Manage stage is implemented through monitoring and responding quickly to messages from the audience. The Engage stage is carried out by utilizing the collaborative posting feature. Challenges in implementing this management are limited human resources in terms of personnel, as well as a lack of supporting facilities for content production. This study recommends strengthening human resource capacity by increasing the number of social media management teams and updating content production tools to optimize the use of Instagram as a public communication medium.

Keywords: *Instagram, Public Communication, Social Media Management, Strategy, The Circular Model of SoMe*

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam pola komunikasi publik, Balai Besar Perakitan dan Modernisasi Veteriner sebagai instansi pemerintah memiliki tanggung jawab untuk menjalankan fungsi komunikasi publik yang efektif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi untuk memberikan layanan kepada masyarakat terkait dengan penyediaan informasi dan edukasi melalui pemanfaatan instagram. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis strategi peneglolaan instagram @brmpveteriner sebagai media komunikasi publik dan menganalisis tantangan yang dihadapi dalam proses pengelolaannya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tim pengelolaan media sosial BRMP Veteriner mampu

¹ Sekolah Vokasi, IPB University, Email: alyaazzahra03irianaputri@apps.ipb.ac.id

² Faculty of Human Ecology, IPB University, Email: amiruddinsa@apps.ipb.ac.id

membangun sistem pengelolaan media sosial yang terstruktur, komunikatif, dan berorientasi pada partisipasi publik. Melalui penerapan teori The Circular Model of SoMe yang mencakup empat tahapan. Pada tahap share instansi fokus menyebarkan konten informatif dan edukatif. Tahap optimize difokuskan dengan mengikuti perkembangan tren dan konsistensi identitas visual. Tahap manage diterapkan melalui monitoring dan respon cepat terhadap pesan dari audiens. Serta, tahap engage dilakukan dengan pemanfaatan fitur postingan kolaborasi. Tantangan dalam pelaksanaan pengelolaan ini adalah keterbatasan sumber daya manusiadalam segi personel, serta kurangnya fasilitas pendukung produksi konten. Penelitian ini merekomendasikan penguatan kapasitas Sumber Daya Manusia melalui penambahan jumlah tim pengelola media sosial, dan pembaharuan alat produksi konten agar pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi publik dapat berlangsung lebih optimal.

Kata Kunci: Instagram, Komunikasi Publik, Pengelolaan Media Sosial, Strategi, The Circular Model of SoMe

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam pola konsumsi masyarakat. Media sosial merupakan inovasi yang lahir dari pesatnya perkembangan teknologi dalam bidang komunikasi dan informasi. Menurut Rania dan Diniati (2023) media sosial sebagai salah satu bentuk media baru dalam ranah digital, banyak digunakan masyarakat untuk memperoleh sekaligus menyebarkan informasi. Media sosial saat ini menjadi saluran komunikasi yang paling efektif karena mampu menjangkau audiens secara lebih luas, cepat, dan interaktif.

Media sosial saat ini telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat yang tidak dapat dipisahkan. Salah satu media sosial yang populer di kalangan masyarakat Indonesia adalah instagram dengan jumlah pengguna aktif sekitar 103 juta, jumlah ini setara dengan 36,3% dari total populasi dan 48,7% dari basis pengguna internet di Indonesia (Dataportal.com 2025). Jumlah ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara dengan pengguna instagram terbanyak di dunia.

Instagram kini tidak hanya digunakan untuk kepentingan pribadi, tetapi juga dimanfaatkan secara luas oleh berbagai institusi, termasuk instansi pemerintah. Selaras dengan pernyataan Athifah dan Novita (2024) bahwa saat ini banyak perusahaan maupun instansi pemerintah yang telah memanfaatkan Instagram sebagai platform untuk menyebarkan informasi kepada publik. Pemanfaatan Instagram oleh instansi pemerintah menjadi semakin penting dalam konteks komunikasi publik di era digital. Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media publikasi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun transparansi, meningkatkan partisipasi publik, serta memperkuat citra institusi. Fitur-fitur seperti *feeds*, *stories*, *reels*, hingga *live streaming* memberikan ruang luas bagi instansi untuk menyampaikan pesan secara kreatif dan interaktif. Namun, keberhasilan pemanfaatan media sosial oleh instansi pemerintah juga bergantung pada strategi pengelolaan yang diterapkan.

Balai Besar Perakitan dan Modernisasi Veteriner (BRMP Veteriner) merupakan salah satu instansi milik pemerintah yang aktif memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi publik. BRMP Veteriner adalah sebuah instansi yang bergerak dalam bidang perakitan teknologi dan modernisasi veteriner dalam rangka meningkatkan produktivitas, efisiensi, serta daya saing sektor veteriner nasional. Sebagai lembaga yang berada di bawah Kementerian Pertanian, BRMP Veteriner memiliki tanggung jawab untuk memberikan layanan kepada masyarakat terkait dengan penyediaan informasi dan edukasi. Dalam menjalankan fungsi komunikasi publik, BRMP Veteriner memanfaatkan akun Instagram @brmpveteriner sebagai media penyebaran informasi kepada masyarakat. Akun ini secara aktif mempublikasikan berbagai konten edukatif, informasi layanan, serta kegiatan instansi yang berkaitan dengan bidang veteriner.

Proses pengelolaan media sosial Instagram memerlukan strategi yang tepat agar tujuan dari penggunaannya dapat dilaksanakan secara efektif. Teori *The Circular Model of SoMe* oleh Regina Luttrell mengemukakan bahwa terdapat empat tahap dalam proses pengelolaan media sosial yang terdiri dari *Share* (Berbagi), *Optimize* (Mengoptimalkan), *Manage* (Mengelola), dan *Engage* (Melibatkan). Menurut Nuryasin dan Setyawan (2023) teori ini dapat membantu praktisi atau pengelola media sosial merencanakan dan melaksanakan strategi komunikasi yang efektif pada media sosial.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nugroho *et al.* (2025) berjudul “Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram @bossfitnestangerang dalam membangun Komunikasi Digital dengan Audiens” menunjukkan bahwa pengelolaan akun Instagram sebagai media komunikasi digital efektif dalam menjangkau dan membangun hubungan dua arah dengan audiens melalui strategi kombinasi konten promosi, edukasi, dan interaksi. Namun, penelitian tersebut berfokus pada konteks perusahaan swasta yang memiliki orientasi bisnis. Sementara itu, penelitian mengenai strategi pengelolaan media sosial pada instansi pemerintahan, khususnya yang berfokus pada komunikasi publik dan edukasi, masih relatif terbatas. Terdapat research gap berupa masih kurangnya kajian yang secara spesifik membahas strategi pengelolaan Instagram sebagai media komunikasi publik pada instansi pemerintah di sektor veteriner.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya optimalisasi pemanfaatan media sosial oleh instansi pemerintah dalam mendukung keterbukaan informasi, edukasi, dan kualitas pelayanan publik. Sebagai lembaga yang memiliki peran strategis dalam bidang kesehatan hewan, BRMP

Veteriner dituntut untuk mampu menyampaikan informasi secara cepat, akurat, dan mudah dijangkau oleh masyarakat luas. Instagram @brmpveteriner dipilih sebagai subjek penelitian karena akun ini menunjukkan aktivitas yang cukup konsisten dalam mempublikasikan konten edukatif dan informatif, serta akun ini juga dapat mempresentasikan upaya instansi pemerintah dalam mengadaptasi media digital sebagai sarana komunikasi publik. Oleh karena itu, analisis terhadap akun ini menjadi penting untuk memahami secara mendalam praktik pengelolaan media sosial pada instansi pemerintah.

Penelitian ini berfokus pada bagaimana tim mengelola konten media sosial, mengembangkan strategi untuk membangun komunikasi dengan audiens, serta menghadapi tantangan yang muncul dalam proses pengelolaan akun instagram. Teori *The Circular Model of SoMe* dimanfaatkan untuk melakukan analisis strategi yang digunakan BRMP Veteriner dalam pengelolaan media sosial instagram instansi. Melalui pengelolaan media sosial yang tepat, diharapkan akun instagram @brmpveteriner dapat menjadi jembatan antara BRMP Veteriner dengan publik, sekaligus membangun citra positif dan meningkatkan pemahaman masyarakat tentang fungsi dan peran BRMP Veteriner.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yakni metode penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam dari fenomena yang diteliti. Menurut Creswell (2016), penelitian kualitatif deskriptif berfokus pada eksplorasi makna, pemahaman konteks, serta interpretasi mendalam terhadap perilaku dan pengalaman subjek penelitian. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menggambarkan secara komprehensif bagaimana strategi pengelolaan media sosial dilakukan oleh BRMP Veteriner sebagai media komunikasi publik. Pengambilan data untuk penelitian ini dilakukan di Kantor Balai Besar Perakitan dan Modernisasi Veteriner (BRMP Veteriner) yang berlokasi di Jl. Re. Martadinata, RT.03/RW.11, Ciwaringin, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan tim pengelola media sosial BRMP Veteriner, serta partisipasi aktif sebagai bagian dari tim pengelola media sosial BRMP Veteriner. Data sekunder diperoleh melalui berbagai sumber literatur seperti buku, jurnal, artikel terdahulu, dan berbagai

sumber lainnya sebagai acuan dan pendukung dalam menganalisis data primer. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa daftar pertanyaan dan *handphone*.

PEMBAHASAN

Strategi Pengelolaan Instagram @brmpveteriner sebagai Media Komunikasi Publik

Di era pesatnya perkembangan teknologi digital saat ini menuntut Balai Besar Perakitan dan Modernisasi Veteriner (BRMP Veteriner) sebagai instansi pemerintah untuk beradaptasi dan memberikan pelayanan terkait informasi melalui media digital. Pengelolaan media sosial yang diterapkan oleh BRMP Veteriner melalui instagram @brmpveteriner merupakan bentuk implementasi dari upaya instansi dalam menjalankan fungsi komunikasi publik yang efektif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi. Instagram dimanfaatkan oleh pengelola sebagai media untuk menyampaikan informasi, edukasi, serta membangun kedekatan dengan masyarakat.



Gambar 1. Tangkapan layar akun instagram @brmpveteriner

Pengelolaan akun instagram ini tidak hanya berorientasi pada penyebaran informasi, tetapi juga menjadi strategi komunikasi dua arah (*two-way communication*) yang memungkinkan interaksi langsung antara instansi dan publik. Melalui berbagai fitur seperti kolom komentar, dan *direct message*, BRMP Veteriner membuka ruang bagi masyarakat untuk memberikan tanggapan dan mengajukan pertanyaan. Menurut Pane *et al.* (2025: 132) pengelolaan media sosial yang strategis

tidak hanya berfungsi sebagai alat penyebaran informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun kepercayaan publik secara lebih efektif.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, strategi pengelolaan instagram yang diterapkan oleh tim pengelola media sosial BRMP Veteriner dapat dianalisis menggunakan kerangka teori *The Circular Model of SoMe* oleh Regina Luttrell yang terdiri dari empat tahapan:

1) Tahap *Share*

Tahap *share* merupakan tahapan dimana suatu perusahaan atau instansi membagikan pesan atau informasinya kepada publik melalui suatu media. Menurut Mahmudah dan Rahayu (2020: 4) tahapan *share* merupakan kesempatan bagi suatu instansi untuk menentukan dan mengidentifikasi media mana yang paling tepat untuk melakukan interaksi. BRMP Veteriner sebagai instansi pemerintah memiliki target audiens yang variatif untuk semua kalangan. Instagram sebagai media sosial yang kini sangat populer dan hampir digunakan oleh semua kalangan dipilih sebagai media sosial yang digunakan BRMP Veteriner dengan harapan dapat menjangkau masyarakat yang luas.

Pada tahap ini, BRMP Veteriner berfokus pada penyampaian informasi publik yang relevan di bidang veteriner. Konten yang dibagikan meliputi kegiatan instansi, edukasi tentang kesehatan hewan, publikasi hasil penelitian, hingga informasi layanan masyarakat. Setiap postingan dirancang menggunakan narasi yang sederhana dan visual yang menarik agar mudah dipahami oleh audiens *nonspesialis*. Strategi tersebut menunjukkan upaya instansi untuk menjalankan fungsi komunikasi publik, yakni menyampaikan informasi yang berdampak pada kepentingan masyarakat.

2) Tahap *Optimize*

Tahap optimalisasi dilakukan melalui penyesuaian konten berdasarkan tren dan isu terkini yang sedang menjadi perhatian publik untuk meningkatkan relevansi dan daya tarik pesan. Setiap konten yang diunggah dikemas melalui berbagai format yang tersedia di instagram seperti *feeds*, *reels*, dan *instagram stories*. Optimalisasi juga dilakukan dengan menjaga konsistensi visual dan pesan melalui panduan *key visual* dan *quality control* sebelum dipublikasikan. Pada saat proses produksi, tim pengelola akan merancang setiap konten dengan panduan *key visual* yang ditetapkan BRMP Veteriner. Seperti mencantumkan logo BRMP Veteriner dan penggunaan warna dominan hijau disetiap konten yang diunggah. Selanjutnya, sebelum

memasuki proses publikasi setiap konten perlu melalui tahap *quality control* oleh kepala balai BRMP Veteriner.

3) Tahap *Manage*

Konsep *manage* pada pengelolaan media sosial merujuk pada bagaimana pengelola dapat mengatur media sosial dengan baik. Dalam tahap *manage*, Lutrell dalam Nurman dan Yusalina (2025: 3645) menekankan tiga kegiatan penting yang harus dilakukan, yaitu media *monitoring*, *quick response* dan *real time interaction*. Kegiatan media monitoring dilakukan secara berkala oleh tim pengelola untuk mengevaluasi efektivitas setiap konten yang dipublikasikan. Evaluasi dilakukan pada setiap akhir bulan dengan menganalisis *traffic* pengunjung, jumlah *like*, komentar, dan *share* dari setiap postingan pada akun instgaram @brmpveteriner. Hasil dari analisis ini dapat membantu tim pengelola menentukan konten dengan performa terbaik yang dapat dijadikan strategi dalam merencanakan konten serupa dalam unggahan berikutnya.

Strategi selanjutnya pada tahapan *manage* ini adalah *quick response* dan *real time interaction*. Pada tahapan ini tim pengelola akan melakukan pemantauan akun secara aktif untuk memastikan respon cepat (*quick response*) terhadap setiap pertanyaan dan kritik yang masuk melalui kolom komentar dan *direct message*. Melalui respon yang cepat hal ini dapat meningkatkan kepercayaan dan profesionalisme instansi di mata publik.

4) Tahap *Engage*

Pada proses pengelolaan akun instagram @brmpveteriner, tahap *engage* diimplementasikan oleh tim pengelola melalui pemanfaatan fitur postingan kolaborasi. Postingan kolaborasi ini dilakukan baik dengan lembaga lain yang berkaitan seperti akun Kementerian pertanian dan BRMP Kementan maupun publik yang membuat postingan terkait penggunaan pelayanan dari BRMP Veteriner. Pemanfaatan fitur postingan kolaborasi dapat memperluas jangkauan karena postingan tersebut dapat dilihat oleh pengikut kedua pihak, sehingga potensi *reach* dan *engagement* dapat meningkat signifikan. Kolaborasi dengan pihak lain yang relevan atau memiliki reputasi baik juga dapat meningkatkan citra positif dari instansi.

Tantangan dan Kendala dalam Pengelolaan Instagram @brmpveteriner

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan tim pengelola media sosial instagram BRMP Veteriner. Dalam proses pengelolaan instagram, instansi menghadapi beberapa tantangan dan

kendala yang memengaruhi efektivitas penyampaian informasi dan komunikasi kepada publik. Adapun tantangan dan kendala tersebut, diantaranya:

1) Keterbatasan Sumber Daya Manusia

Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya personel yang bertugas mengelola instagram @brmpveteriner. Saat ini jumlah personel tim pengelola media sosial BRMP Veteriner sangat terbatas, sementara anggota tim juga dibebankan dengan pekerjaan utama mereka. Padahal menurut Ilham (2022: 39) SDM atau pegawai merupakan elemen penting yang berperan besar dalam kelancaran pelaksanaan proses kerja. Hal ini menyebabkan proses pembuatan konten membutuhkan waktu yang lebih lama. Adanya faktor penghambat ini diharapkan evaluasi untuk menambah personel yang secara khusus hanya menangani pengelolaan media sosial dilakukan. Sehingga, proses pengelolaan akun dan konten yang dihasilkan dapat maksimal.

2) Keterbatasan Peralatan Pendukung

Proses pembuatan konten memerlukan peralatan yang memadai seperti *handphone*, kamera, tripod, dan PC untuk editing. Namun, sebagian besar peralatan yang dimiliki instansi sudah usang dan tidak berfungsi dengan baik. Kondisi ini menyebabkan pembuatan konten jadi menggunakan peralatan seadanya yang dimiliki tim pengelola pribadi. Kendala seperti memori yang penuh sering terjadi. Hal ini menyebabkan kualitas konten yang dihasilkan menjadi kurang maksimal secara visual. Mengatasi kendala tersebut perlu diadakannya pengadaan dan pembaruan peralatan media secara bertahap agar hasil kualitas visual konten dapat meningkat.

DISKUSI

Berdasarkan hasil dari penelitian saran yang dapat diberikan ialah:

- 1) Meningkatkan efektivitas strategi pengelolaan media sosial, tim pengelola dapat mengembangkan strategi komunikasi berbasis partisipasi publik melalui konten interaktif seperti polling, sesi tanya jawab, atau *live session*.
- 2) Meningkatkan kapasitas SDM melalui penambahan personel anggota yang secara khusus hanya menangani pengelolaan media sosial. Sehingga, proses pengelolaan akun dan konten yang dihasilkan dapat maksimal. Selain itu, Perlu diadakannya pelatihan secara berkala untuk meningkatkan keterampilan pengelola dalam pembuatan konten.

- 3) Pengadaan dan pembaruan peralatan media secara bertahap. Alokasi dana khusus untuk keperluan media komunikasi publik perlu diprioritaskan agar hasil kualitas visual konten dapat meningkat.

Berdasarkan temuan penelitian, komunikasi publik yang dilakukan BRMP Veteriner melalui instagram telah mampu menjangkau audiens yang lebih luas, namun dalam segi partisipasi publik masih tergolong rendah sehingga diperlukan inovasi konten yang lebih interaktif. Selain itu, pengelolaan media sosial masih terbatas oleh kurangnya sumber daya manusia dan ketersediaan peralatan penunjang, sehingga berdampak pada konsistensi produksi konten dan kualitas visual yang dihasilkan.

KESIMPULAN

Strategi pengelolaan media sosial yang diterapkan oleh Balai Besar Perakitan dan Modernisasi Veteriner (BRMP Veteriner) melalui akun instagram @brmpveteriner menunjukkan bahwa instansi telah berupaya mengimplementasikan fungsi komunikasi publik secara baik di era digital. Melalui penerapan teori *The Circular Model of SoMe* yang mencakup empat tahapan. Pada tahap *Share*, instansi fokus menyebarkan konten informatif dan edukatif yang relevan di bidang veteriner. Tahap *Optimize* berfokus pada peningkatan kualitas konten dengan mengikuti tren. Tahap *Manage*, diterapkan melalui *monitoring* performa secara rutin dan respon cepat terhadap pesan dari audiens. Terakhir tahap *Engage* dilakukan dengan pemanfaatan fitur postingan kolaborasi untuk mewujudkan komunikasi dua arah antara instansi dan masyarakat. Keempat tahapan tersebut telah mencerminkan strategi yang adaptif serta mendukung terciptanya komunikasi publik yang transparan, interaktif, dan responsif.

Namun, dalam praktiknya tim pengelola media sosial BRMP Veteriner masih menghadapi beberapa tantangan, seperti keterbatasan sumber daya manusia dalam segi jumlah personel dan juga keterbatasan alat penunjang proses produksi konten. Sehingga, dibutuhkan evaluasi penambahan jumlah tim pengelola media sosial serta pembaharuan alat produksi konten agar pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi publik dapat berlangsung lebih optimal.

Adapun kontribusi penelitian ini bagi masyarakat publik, yakni sebagai sumber informasi dan penambah wawasan mengenai perubahan interaksi di era digital. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya instagram dapat menjadi sarana komunikasi publik yang informatif juga edukatif. Melalui pengelolaan yang tepat, masyarakat dapat memperoleh akses informasi yang

lebih cepat, akurat, dan mudah dipahami, khususnya terkait isu kesehatan hewan dan layanan veteriner.

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan perbaikan bagi instansi BRMP Veteriner dalam merancang strategi komunikasi digital yang lebih interaktif dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat, sekaligus menjadi acuan bagi instansi pemerintah lain dalam mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi publik, sehingga mampu meningkatkan transparansi, kepercayaan publik, serta partisipasi masyarakat dalam berbagai program pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

- Athifah, N.K.F., & Novita, S. (2024). Strategi humas Jawa Barat dalam membangun citra melalui konten instagram. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 4(1), 61–68. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v4i1.3857>.
- Dataportal.com. (2025). Pengguna Instagram, Statistik, Data & Tren untuk tahun 2025. [diakses 2025 Sep 3]. Tersedia pada <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>.
- Creswell, J.W. (2016). *Research design pendekatan kualitatif, kuantitatif dan campuran*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Ilham, M. (2022). Pengaruh pengembangan sumber daya manusia dan motivasi individu terhadap kinerja pegawai pada satuan administrasi manunggal satu atap (Samsat) Medan Selatan. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 2(3), 39-48.
- Mahmudah, S.M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan konten media sosial korporat pada instagram sebuah pusat perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1-9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>.
- Nugroho, V.L., Ghanistyana, L.P., Baitillah, N., Sania, N.M., & Wahyuni, P. (2025). Strategi pengelolaan media sosial instagram @bossfitnestangerang dalam membangun komunikasi digital dengan audiens. *Jurnal Kreasi Ekonomi Nusantara*, 6(2), 203-208.
- Nurman, F.W.R., & Yusalina. (2025). Pengelolaan akun media sosial instagram @arahenvironmental sebagai sarana komunikasi digital PT Arah Environmental Indonesia. *Journal of Innovative and Creativity*, 5(2), 3634-3650. <https://doi.org/10.31004/joecy.v5i2.523>.
- Nuryasin, N.I.L., & Setyawan, S. (2023). Pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi pemasaran (Studi kasus pada akun instagram @limeliterentalkamera & @sololensa). *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial dan Informasi*, 8(4), 816-831. doi.org/10.52423/jikuho.v8i4.118.

- Pane, M., Ghanistyana, L.P., Affipah, I.L., Cahyani, R.N., & Kartika, S.W. (2025). Implementasi the circular model of some dalam pengelolaan cyber public relations kepolosian di era digital. *Jurnal ilmiah dinamika sosial*, 9(1), 119-135. doi.org/10.38043/jids.v9i1.6125.
- Rania, R., & Diniati, A. (2023). Analisis strategi humas Diskominfo Kota Bogor dalam mengelola media sosial instagram @kominfobogor. *Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora (KAGANGA)*, 6(1), 291–302.