



**OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PUBLIKASI
PENGAWASAN PEMILU 2024: KASUS BAWASLU PROVINSI BANTEN**

***OPTIMIZATION OF SOCIAL MEDIA AS A MEANS OF PUBLICATION FOR
2024 ELECTION OVERVIEW: THE CASE OF BAWASLU OF BANTEN
PROVINCE***

Azizah Mursyidah

Institut Agama Islam Sahid

E-mail : Azizahmursyidah9@gmail.com/azizah.mursyidah@inais.ac.id

Article Info

Article history :

Received : 21-04-2024

Revised : 23-04-2024

Accepted : 25-04-2024

Published: 27-04-2024

Abstract

The presence of social media is inseparable from the use of internet technology that connects every user. The Social Media Management Guide published by Bawaslu RI in 2019 describes social media as a very effective method for disseminating election-related information. With so many voters, especially the younger generation, who are active on social media every day, it is very important for Bawaslu RI, Bawaslu at the provincial level, and Panwas at the district/city level to regulate official social media accounts such as Facebook, Twitter, Instagram, and YouTube. This aims to increase community involvement in elections. This study focuses on Bawaslu of Banten Province, which has an important role in regional government and economy, thereby influencing community participation in regional elections. The importance of this research is to evaluate how effective the Banten Province Bawaslu is in using social media to increase community involvement in general elections. The method used in this research is qualitative with a case study strategy. The results of this research explain that with the right strategy and effective implementation, Bawaslu can improve its communication with the public through social media and increase the effectiveness of information dissemination. Implementation of these recommendations should be followed by a reassessment of the program to determine its effectiveness and make necessary adjustments based on feedback from the community

Keywords: Social Media, Publication Facilities, Election Supervision

Abstrak

Kehadiran media sosial tidak terpisahkan dari penggunaan teknologi internet yang menghubungkan setiap pengguna. Panduan Pengelolaan Media Sosial yang diterbitkan oleh Bawaslu RI pada tahun 2019 menggambarkan media sosial sebagai metode yang sangat efektif untuk menyebarluaskan informasi terkait Pemilu. Dengan banyaknya pemilih, terutama generasi muda yang aktif di media sosial setiap hari, sangat penting bagi Bawaslu RI, Bawaslu tingkat provinsi, dan Panwas di tingkat kabupaten/kota untuk mengatur akun media sosial resmi seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam Pemilu. Studi ini fokus pada Bawaslu Provinsi Banten, yang memiliki peran penting dalam pemerintahan dan ekonomi daerah, sehingga mempengaruhi partisipasi masyarakat dalam Pemilu secara regional. Pentingnya penelitian ini adalah untuk mengevaluasi seberapa efektif Bawaslu Provinsi banten dalam menggunakan media sosial untuk meningkatkan



keterlibatan masyarakat dalam pemilihan umum. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan strategi studi kasus. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa dengan strategi yang tepat dan implementasi yang efektif, Bawaslu dapat meningkatkan komunikasinya dengan masyarakat melalui media sosial dan meningkatkan efektivitas penyebaran informasi. Implementasi rekomendasi ini harus diikuti dengan penilaian ulang program untuk menentukan efektivitasnya dan membuat penyesuaian yang diperlukan berdasarkan umpan balik dari masyarakat

Kata Kunci : Media Sosial, Sarana Publikasi, Pengawasan Pemilu

PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai negara demokratis, menjalankan pemilihan umum (Pemilu) untuk pergantian kepemimpinan, seperti yang dijelaskan oleh Pulungan et al. (2020). Pemilu di Indonesia meliputi pemilihan berbagai perwakilan rakyat, dari tingkat lokal seperti DPRD hingga tingkat nasional seperti DPR RI, serta jabatan eksekutif termasuk Bupati, Walikota, Gubernur, dan Presiden. Para pemimpin yang terpilih diharapkan untuk bertanggung jawab atas kebijakan yang mereka buat selama masa jabatannya. Dalam Pemilu, terdapat persaingan antar calon politik yang berusaha mendapatkan dukungan dari masyarakat, sebuah proses yang menurut Halim et al. (2019) menghadirkan tantangan tersendiri dalam penyelenggaraan Pemilu.

Indonesia menganggap penting adanya proses pemungutan suara yang jujur dan terbuka dalam Pemilu untuk menghadapi tantangan yang ada dalam kompetisi politik. Hal ini sesuai dengan prinsip-prinsip Pancasila dan UUD 1945. Sebagai upaya untuk memperkuat sistem Pemilu yang independen, dibentuklah Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) berdasarkan Undang-Undang No. 22 tahun 2007, yang bertugas untuk memonitor, mencegah, dan menangani pelanggaran dalam Pemilu, seperti dijelaskan oleh Juliani & Suni (2020). Bawaslu, yang bertindak sebagai pengawas dalam Pemilu, memerlukan dukungan dan keterlibatan aktif dari masyarakat untuk efektif menjalankan fungsinya. Dengan demikian, Bawaslu berupaya untuk meningkatkan pengawasan yang melibatkan partisipasi masyarakat, menyediakan sarana bagi warga untuk mengawasi dan melaporkan ketidakadilan. Selain itu, Bawaslu juga memanfaatkan teknologi dan media sosial untuk mempermudah partisipasi publik dalam pengawasan Pemilu, tujuannya untuk memastikan integritas dan akurasi hasil pemilu serta meningkatkan partisipasi publik dalam pengawasan yang lebih komprehensif, sistematis, dan terkoordinasi, sebagaimana dicatat oleh Bawaslu RI (2019).

Praktisi hubungan masyarakat, seperti yang diteliti oleh beberapa pakar (Andoh-Quainoo & Annor-Antwi, 2015; Mizanie & Irwansyah, 2019; Pienrasmi, 2015; Shaleh & Furrrie, 2020; Wright & Hinson, 2009), memanfaatkan media sosial untuk mencapai berbagai tujuan, termasuk memperluas jangkauan informasi dan meningkatkan keterlibatan masyarakat. Keterlibatan ini penting untuk memastikan masyarakat paham dan bisa mengikuti kegiatan yang berlangsung. Media sosial juga mendukung lembaga dalam meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dengan memungkinkan mereka menjelaskan program mereka secara terperinci dan memantau umpan balik dari masyarakat. Lebih lanjut, media sosial membantu mempererat hubungan antara lembaga dan masyarakat.



Nasrullah (2017) mendefinisikan media sosial sebagai platform berfokus pengguna yang memfasilitasi pengumpulan, berbagi, komunikasi, dan kolaborasi. Media sosial memiliki fitur seperti jaringan, penyimpanan informasi, arsip, interaksi, dan simulasi sosial, serta memungkinkan pembuatan konten oleh pengguna. Platform seperti WhatsApp, YouTube, Instagram, Facebook, dan TikTok dapat digunakan oleh siapa saja tanpa batasan, populer di kalangan semua usia dan memudahkan komunikasi, sosialisasi, serta peningkatan pengetahuan (Kadek et al., 2021).

Kehadiran media sosial tidak terpisahkan dari penggunaan teknologi internet yang menghubungkan setiap pengguna. Menurut data Kementerian Komunikasi dan Informatika, pada tahun 2019, 150 juta orang di Indonesia menggunakan media sosial, yang berarti 56% dari total populasi, dengan 130 juta di antaranya mengakses melalui perangkat mobile, mencakup 48% dari populasi (Reiza, 2019).

Panduan Pengelolaan Media Sosial yang diterbitkan oleh Bawaslu RI pada tahun 2019 menggambarkan media sosial sebagai metode yang sangat efektif untuk menyebarluaskan informasi terkait Pemilu. Dengan banyaknya pemilih, terutama generasi muda yang aktif di media sosial setiap hari, sangat penting bagi Bawaslu RI, Bawaslu tingkat provinsi, dan Panwas di tingkat kabupaten/kota untuk mengatur akun media sosial resmi seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam Pemilu. Panduan tersebut juga menekankan pentingnya Bawaslu memperhatikan beberapa aspek dalam menggunakan media sosial untuk menyampaikan informasi. Pertama, pentingnya membangun hubungan publik yang kuat melalui media sosial untuk memfasilitasi komunikasi yang efektif dan pemahaman bersama antara lembaga dan masyarakat. Ini membantu Bawaslu menyinkronkan visi dan misinya dengan harapan masyarakat, membuat keputusan yang tepat, serta mengevaluasi dan meningkatkan program-program mereka. Kedua, pemilihan jenis media sosial yang digunakan harus disesuaikan dengan target audiens yang ingin dijangkau, termasuk platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, dan Whatsapp.

Untuk mencapai tujuan penggunaan media sosial sebagai alat sosialisasi dan pengelolaannya dengan cara yang optimal, penting untuk menerapkan pendekatan yang efektif dan efisien. Seperti yang dijelaskan oleh Ali (Rattu et al., 2022), optimalisasi adalah proses mencapai hasil yang diinginkan dengan memenuhi semua kebutuhan melalui kegiatan yang efektif. Menurut Winardi (2014), optimalisasi juga merupakan usaha untuk meningkatkan aktivitas guna mencapai tujuan dan manfaat yang diharapkan.

Studi ini fokus pada Bawaslu Provinsi Banten, yang memiliki peran penting dalam pemerintahan dan ekonomi daerah, sehingga mempengaruhi partisipasi masyarakat dalam Pemilu secara regional. Pentingnya penelitian ini adalah untuk mengevaluasi seberapa efektif Bawaslu Provinsi Banten dalam menggunakan media sosial untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam pemilihan umum.



Dalam kerangka teori, penelitian ini menggunakan pendekatan strategi *public relations* untuk optimalisasi penggunaan media sosial. Menurut Syarbaini et al. (2021), *public relations* merupakan komponen krusial dari manajemen yang melibatkan perencanaan dan komunikasi yang efektif untuk mencapai tujuan organisasi. The *British Institute of Public Relations* mendefinisikan *public relations* sebagai aktivitas manajemen komunikasi antara organisasi dan publik serta upaya berkelanjutan untuk membangun dan memelihara hubungan timbal balik antara kedua pihak.

Dalam penelitian ini, *tahapan pertama* adalah mendefinisikan masalah. Di sini, praktisi hubungan masyarakat mengumpulkan data dan fakta untuk menganalisis masalah yang muncul, baik dari media massa maupun daring, yang dapat menjadi penghalang dalam membentuk opini dan persepsi publik. Langkah kedua adalah perencanaan dan pemrograman, di mana sasaran dan tujuan dari program yang direncanakan ditetapkan berdasarkan hasil analisis sebelumnya untuk memastikan program tersebut sesuai target. Dalam tahap ini, koordinasi tim sangat penting untuk merencanakan kegiatan dan menetapkan jadwal pelaksanaan secara terstruktur.

Tahap ketiga adalah mengambil tindakan dan berkomunikasi. Di tahap ini, praktisi PR menentukan pesan yang ingin disampaikan dan memilih kanal komunikasi yang tepat untuk menyebarkan pesan tersebut kepada publik, menggunakan media yang telah dipilih sesuai dengan strategi yang telah direncanakan. Tahap terakhir adalah evaluasi program, di mana setelah pelaksanaan program, evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan dan efisiensi program berdasarkan umpan balik dan hasil yang diperoleh.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan strategi studi kasus. Pendekatan ini menghasilkan data deskriptif berdasarkan observasi alami, menekankan pada pemahaman nilai dan makna, dengan peneliti berperan sebagai instrumen kunci dalam penemuan. Data primer diperoleh melalui observasi yang dilakukan berulang kali pada informan yang sama untuk mendapatkan fakta dan pendapat mendetail. Data sekunder diperoleh dari dokumen resmi dan postingan media sosial Bawaslu. Dalam pemilihan informan, digunakan metode *purposive sampling*, di mana pemilihan informan berdasarkan kemampuan dan posisi mereka yang relevan untuk memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Informan kunci dalam studi ini adalah Ketua Bawaslu Kota Jakarta Selatan.(sugiyono 2019).

Analisis data dalam penelitian ini dilaksanakan melalui identifikasi dan pengorganisasian data yang diperoleh dari wawancara dan dokumentasi. Langkah ini melibatkan pemilihan data penting yang kemudian diatur secara sistematis untuk memudahkan pemahaman. Proses analisis data kualitatif meliputi empat tahapan utama: pengumpulan dan reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan verifikasi. Data dikumpulkan dan direduksi dengan memfokuskan pada konsep, tema, dan kategori yang relevan untuk mempermudah pencarian data tambahan. Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam format matriks, yang memungkinkan pengamatan mudah terhadap pola dan hubungan antardata. Kesimpulan ditarik dari data yang



telah dianalisis, dan verifikasi dilakukan untuk memastikan kesesuaian kesimpulan dengan data yang ada (Fiantika, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN:

Bawaslu Provinsi Banten jtelah aktif menggunakan media sosial sebagai alat publikasi sejak lembaga ini didirikan. Mereka merilis dan mempublikasikan kegiatan serta hasil pengawasan dalam bentuk infografis di platform seperti Facebook, Instagram, YouTube, dan Twitter. Selain itu, Bawaslu juga melakukan rekrutmen Panwascam, pengawasan kegiatan, dan menyampaikan ucapan di hari-hari khusus. Untuk keperluan publikasi, Bawaslu Provinsi banten memiliki staf khusus humas yang bertugas mengelola media sosial. Dalam persiapan menghadapi Pemilu 2024, Bawaslu Provinsi Banten berupaya mengoptimalkan penggunaan media sosial dengan strategi public relations, yang analisisnya didasarkan pada konsep strategi public relations oleh Cultip dan Broom (Wulandari & Widyasanty, 2021) yang membagi strategi tersebut ke dalam empat tahap.

Salah satu tahapan, "*Defining the Problem*", melibatkan identifikasi masalah atau isu yang dihadapi dan analisis situasi terkait. Bawaslu Provinsi Banten mengidentifikasi kebutuhan untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana publikasi. Namun, mereka menghadapi beberapa masalah dan tantangan. Masalah utama adalah kurangnya partisipasi aktif staf dalam berinteraksi dengan konten yang dipublikasikan di media sosial, meskipun mereka diharuskan untuk memberikan like, komentar, atau respons lainnya. Selain itu, respons dan antusiasme masyarakat masih minim dan belum aktif dalam memberikan feedback terhadap postingan Bawaslu. Staf Humas menyatakan bahwa masyarakat cenderung lebih responsif hanya ketika ada pengumuman terkait lowongan pekerjaan atau pendaftaran Panwascam, sedangkan untuk konten lain, respon sangat terbatas.

Ini tercermin dari jumlah like dan komentar yang diperoleh di media sosial, khususnya Facebook dan Instagram, yang masih kurang. Kurangnya respon ini diakibatkan oleh beberapa faktor, termasuk persepsi masyarakat yang merasa tidak perlu merespon karena publikasi yang dianggap bersifat standar dan hanya informatif, serta kurangnya kesadaran masyarakat untuk berpartisipasi secara aktif dalam berinteraksi dengan postingan. Gambar dibawah ini merupakan akun instagram dari provinsi banten.



bawaslubanten

Follow

Message



2,973 posts

7,441 followers

78 following

Bawaslu Provinsi Banten

Government organization

Akun Instagram Resmi Bawaslu Provinsi Banten

Twitter : @bawaslubanten

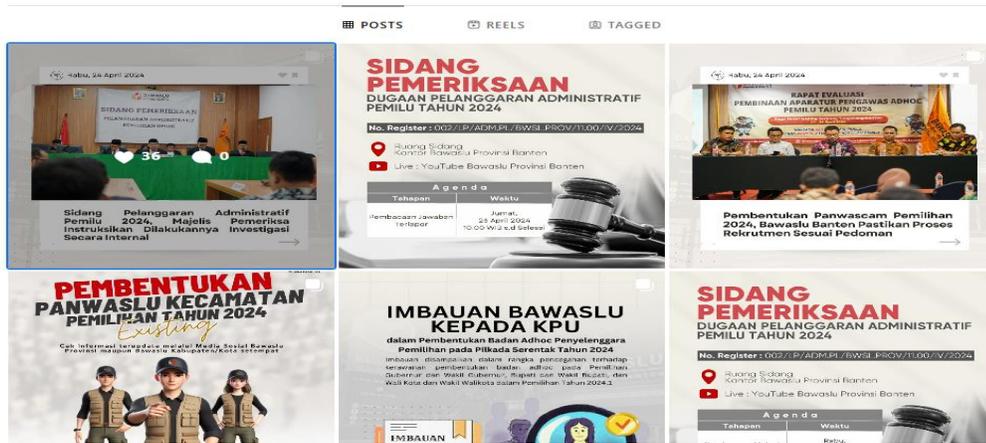
Fanpage Facebook : Bawaslu Provinsi Banten

Youtube : BAWASLU BANTEN

banten.bawaslu.go.id



Terdapat hanya 7.441 pengikut dari 2.973 postingan dan postingan terbarunya pada tanggal 24 bulan april 2024. berikut ini tampilan beranda instagram pada akun bawaslu banten.



Dibawah ini tampilan pada kun youtube bawaslu banten, hanya terdapat 1200 suscriber dari 221 video,



Dari gambaran dua akun media sosial Bawaslu Provinsi banten yang ditampilkan pada gambar 1, 2, 3, d terlihat bahwa akun Instagram @bawaslubantenmemiliki 7.441 pengikut dan mengikuti 78 akun, serta telah melakukan posting sebanyak 2.973 kali. Sementara itu, akun youtube Bawaslu banten memiliki 1200 pengikut dari 221 video. Meskipun tim Humas Bawaslu terus aktif dalam memposting aktivitas Bawaslu provinsi banten, respons yang mereka terima berupa "like" masih sedikit, dan kolom komentar pada postingan mereka kosong. Kondisi serupa terlihat pada postingan lama dari Januari 2024 .



Bawaslu Banten telah mempublikasikan postingan mengenai tutorial pengawasan Pemilu di kedua akun media sosialnya. Namun, postingan tersebut hanya mendapat sedikit respon dari pengguna. Selain itu, Bawaslu Banten menghadapi kendala karena tidak memiliki indikator atau alat ukur yang spesifik untuk menilai apakah informasi yang mereka bagikan melalui media sosial benar-benar tersampaikan kepada masyarakat. Masalah lainnya adalah kurangnya penelitian dan evaluasi yang mendalam dalam pengelolaan media sosial, yang juga berkontribusi pada permasalahan ini. Saat ini, fokus Bawaslu masih terletak pada produksi konten, namun mereka belum memiliki cara untuk mengukur secara spesifik efektivitas penggunaan media sosial. Panduan Pengelolaan Media Sosial yang diterbitkan oleh Bawaslu RI masih dijadikan sebagai acuan standar dalam produksi konten oleh Bawaslu banten.

Dalam tahap perencanaan dan pemrograman, Bawaslu banten dengan cermat merencanakan kegiatannya dengan menyusun panduan yang mendetail tentang waktu dan urutan pelaksanaan. Di tahap ini, sangat penting bagi tim humas Bawaslu untuk memperhatikan aspek publikasi dan memilih media yang paling efektif untuk digunakan. Sebelum melakukan publikasi, Bawaslu melalui staf humasnya melakukan perencanaan yang teliti, yang meliputi beberapa langkah: Pertama, mempersiapkan dan melatih sumber daya manusia (SDM) khusus, yang saat ini berjumlah dua orang, untuk mengelola media sosial, memproduksi konten, dan melaksanakan publikasi. Kedua, meningkatkan kualitas SDM Humas dengan memberikan pelatihan di bidang media sosial, teknik fotografi, desain, dan pembuatan rilis publikasi. Bawaslu juga berencana menggandeng pihak eksternal untuk memberikan pelatihan tambahan dan mengharuskan semua anggota humas untuk belajar mandiri tentang media sosial. Ketiga, memastikan seluruh jajaran humas aktif merespons di media sosial, mendorong mereka untuk terlibat langsung dalam interaksi di platform online. Keempat, menetapkan platform media sosial yang akan digunakan sesuai dengan panduan Bawaslu RI tahun 2019 yang menyarankan penggunaan Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube untuk meningkatkan partisipasi publik dalam Pemilu. Kelima, menetapkan target audiens yang ingin dicapai, meskipun belum ada evaluasi mendalam tentang efektivitas sasaran yang ada. Sasaran umumnya adalah masyarakat Indonesia, dengan fokus khusus pada masyarakat Banten, termasuk pemilih pemula, pemuda, dan mahasiswa. Keenam, melakukan promosi media sosial secara langsung melalui sosialisasi kepada masyarakat, memperkuat keberadaan dan pentingnya media sosial dalam setiap kesempatan. Ketujuh, meningkatkan aktivitas di media sosial, dengan staf humas yang lebih aktif mempublikasikan informasi dan aktivitas pengawasan. Ke depan, Bawaslu Banten berencana meningkatkan kreativitas dalam produksi konten dengan mengadopsi pendekatan budaya seperti membuat pantun dalam video dan melibatkan masyarakat dalam pembuatan konten, termasuk meminta pernyataan dari tokoh-tokoh lokal. Selain itu, akan dibentuk Komunitas Digital Pengawasan Partisipatif yang terdiri dari kalangan pemuda.

Bawaslu Banten telah mengadopsi beberapa langkah strategis untuk meningkatkan penggunaan media sosial dalam kegiatan pengawasan Pemilu. Langkah pertama adalah memanfaatkan secara maksimal media sosial dengan menyediakan fasilitas untuk membuat akun bagi Panwascam, serta mewajibkan mereka untuk aktif mempublikasikan dan mensosialisasikan



informasi terkait Pemilu. Kedua, Bawaslu Banten menjaga konsistensi dalam publikasi konten dengan menggunakan template desain flyer yang telah disepakati, yang tetap digunakan hingga saat ini untuk mempublikasikan konten dan informasi di media sosial. Ketiga, dalam setiap publikasi, Bawaslu sangat berhati-hati untuk tidak memicu isu SARA atau melanggar UU ITE, dan mereka juga berhati-hati dalam mencari sumber informasi agar tidak menyebarkan informasi hoax. Keempat, dalam setiap kegiatan sosialisasi atau blusukan ke masyarakat, Bawaslu selalu mengajak masyarakat untuk mengikuti media sosialnya dan aktif memberikan respons seperti like, komentar, dan men-tag dalam cerita mereka. Kelima, tim humas Bawaslu banten berusaha seoptimal mungkin untuk mempublikasikan media sosial secara aktif setiap hari, meskipun respon dari masyarakat masih kurang.

Dalam evaluasi program, Bawaslu banten menilai efisiensi dari berbagai umpan balik yang diterima. Evaluasi ini dilakukan melalui penilaian implementasi dan hasil dari program yang dijalankan. Salah satu fokusnya adalah memperbaiki keterlambatan dalam rilis publikasi agar lebih up to date dan memahami waktu terbaik untuk publikasi agar mendapatkan respons yang lebih besar dari pengguna media sosial. Kedua, memastikan bahwa tim humas selalu mengecek postingan dan cepat dalam memberikan respon terhadap feedback dari masyarakat. Ketiga, memberikan pelatihan dan pembinaan kepada staf Humas untuk lebih memahami dan memaksimalkan penggunaan media sosial dalam komunikasi dengan masyarakat, termasuk meningkatkan kemampuan membuat konten yang menarik dan berinteraksi secara aktif di media sosial. Keempat, mengembangkan strategi pemasaran yang lebih agresif untuk meningkatkan jumlah pengikut dan respon masyarakat terhadap konten yang dipublikasikan. Kelima, melakukan evaluasi dan pembaruan strategi penggunaan media sosial secara teratur untuk meningkatkan efektivitasnya. Keenam, mengembangkan metode yang efektif untuk memastikan bahwa informasi yang dipublikasikan di media sosial sampai kepada masyarakat secara tepat dan efektif, termasuk penggunaan alat analisis media sosial untuk memantau sejauh mana informasi tersebar dan tingkat keterlibatan masyarakat.

KESIMPULAN

Dari evaluasi ini adalah bahwa Bawaslu banten menggunakan media sosial untuk publikasi dengan membuat rilisan dan publikasi kegiatan serta hasil pengawasan dalam bentuk infografis dan video di berbagai platform seperti Facebook, Instagram, YouTube, dan Twitter. Tim humas bertanggung jawab mengelola media sosial dan dalam menghadapi Pemilu 2024, Bawaslu berupaya mengoptimalkan media sosial dengan menerapkan strategi public relation yang efektif. Dengan strategi yang tepat dan implementasi yang efektif, Bawaslu dapat meningkatkan komunikasinya dengan masyarakat melalui media sosial dan meningkatkan efektivitas penyebaran informasi. Implementasi rekomendasi ini harus diikuti dengan penilaian ulang program untuk menentukan efektivitasnya dan membuat penyesuaian yang diperlukan berdasarkan umpan balik dari masyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna (ed.); Vol. 21, Issue 1). Makassar: Syakir Media Press iii.
- Andoh-Quainoo, L., & Annor-Antwi, P. (2015). The Use of Social Media in Public Relations: A Case of Facebook in the Ghanaian Financial Services Industry. *New Media and Mass Communication*, 41(1), 37–47.
- Ella Afnira, Optimalisasi Media Sosial sebagai Sarana Publikasi Pengawasan Pemilu 2024: Kasus Bawaslu Kota Tanjungpinang, *Jurnal Mahasiswa Komunikasi, Cantrik*, Volume 3, Nomor 1, 2023, Hal 47-60
- <https://core.ac.uk/download/pdf/234652804.pdf> Bawaslu RI. (2019). *Panduan Pengelolaan Media Sosial*.
- Fiantika, F. R. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (M. H. Yuliatr Novita (ed.); Issue March). PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Halim, V. F. S., Pradana, F., & Bachtiar, F. A. (2019). Sistem untuk Memonitor Aktivitas Media Sosial Berbasis Web (Studi Kasus Media Sosial Twitter Calon Legislatif pada Pemilihan Legislatif 2019). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(6), 5264–5272.
- Juliani, T. P., & Suni, E. K. (2020). *Strategi Komunikasi Digital Bawaslu Daerah dalam Pencegahan Pelanggaran Pilkada Kota Depok 2020*. 100–104.
- Kadek, N., Adipratiwi, M., Sukadana, W., Akuntansi, S., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2021). Optimalisasi Penggunaan Sosial Media Sebagai Sarana Pemasaran Usaha Jajanan Bali. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(3), 166–171.
- Mizanie, D., & Irwansyah, I. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Kehumasan Digital Di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 149–164.
- <https://doi.org/10.21107/komunikasi.v13i2.5099> Murdiyanto, E. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)* (1st ed.). UPN "Veteran" Yogyakarta Press.