



Social Media Management of the MIK SEMAR Facebook Group as an Information Media for the People of Semarang City

Pengelolaan Media Sosial Grup Facebook MIK SEMAR Sebagai Media Informasi Oleh Masyarakat Kota Semarang

Ayang Fitrianti^{1*} and Ahmad Taufikurrohman²

^{1,2}Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi, Universitas Semarang
Jl. Soekarno Hatta, RT.7/RW.7, Tlogosari Kulon, Kec. Pedurungan, Kota Semarang, Jawa Tengah

Abstract

Information needs are not increasing with the high use of social networking sites in society. Facebook is a social networking site that has various features, one of which is the Facebook Group which can be utilized by the public as a medium of communication and information. The MIK SEMAR Facebook group accommodates the people of Semarang City easily in accessing various information such as infrastructure development, traffic, buying and selling of products, local events and matters related to Semarang City government policies. The method in this research is descriptive qualitative, data collection techniques used are interviews, observation, and documentation. Data analysis techniques in this study are data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The purpose of this study was to determine the social media management of the MIK SEMAR Facebook Group as an information medium by the people of Semarang City. The theory used in this study is The Circular Model of Some. From the results of this study it can be concluded that the information sharing stage shared on the MIK SEMAR Facebook Group makes it easier to form public understanding. Optimize aspect, the MIK SEMAR Facebook Group has made every effort to listen and learn what the public is talking about properly. Aspect Manage by the MIK SEMAR Facebook Group is quite good. Facebook Group Engage Aspect MIK SEMAR has understood the importance of reaching an audience and providing a fast response to reach its target audience.

Keywords: Social Media Management, Facebook, MIK SEMAR

Abstrak

Kebutuhan informasi kini semakin meningkat dengan tingginya penggunaan situs jejaring sosial di lingkungan masyarakat. Facebook merupakan situs jejaring sosial yang memiliki berbagai fitur, salah satunya adalah Grup Facebook MIK SEMAR mengakomodasi masyarakat Kota Semarang dengan mudah dalam mengakses berbagai informasi seperti infrastruktur, lalu lintas, jual beli produk, acara lokal dan hal-hal yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah Kota Semarang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengelolaan media sosial Grup Facebook

OPEN ACCESS

ISSN 2541-2841 (online)

ISSN 2302-6790 (print)

Edited by:

Didik Hariyanto

*Correspondence:

Ayang Fitrianti
ayangfitrianti@usm.ac.id

Citation:

Ayang Fitrianti and Ahmad
Taufikurrohman (2023). Social
Media Management of the MIK
SEMAR Facebook Group as an
Information Media for the
People of Semarang
City. *Kanal*. 12(1)
Doi:10.21070/kanal.v12i1.1740

MIK SEMAR sebagai media informasi oleh masyarakat Kota Semarang. Teori dalam penelitian ini adalah The Circular Model of Some. Metode penelitian menggunakan kualitatif deskriptif, teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini bahwa tahap share informasi yang dibagikan di Grup Facebook MIK SEMAR mempermudah dalam membentuk pemahaman publik. Aspek optimize, Grup Facebook MIK SEMAR telah berupaya untuk mendengar dan mempelajari apa yang sedang dibicarakan oleh publik dengan baik. Aspek manage yang dilakukan Grup Facebook MIK SEMAR sudah cukup baik. Aspek engage Grup Facebook MIK SEMAR telah memahami bahwa pentingnya menjangkau audiens dan memberikan respon yang cepat untuk meraih target audiensnya.

Kata Kunci: *Pengelolaan Media Sosial, Facebook, MIK SEMAR*

PENDAHULUAN

Saat ini, perkembangan dunia teknologi informasi dan komunikasi berupa internet telah memberikan banyak ruang dan kemudahan bagi seseorang dalam melakukan aktivitas sehari-hari (Anang Sugeng Cahyono, 2016; Zaharmita & Rum Rosyid, 2016), (Satira & Hidriani, 2021), (Ahmadi, 2020), (Anjarwani et al., 2022). Uniknyanya lagi internet ternyata bukan sekedar menjadi alternatif media komunikasi saja, tetapi ikut membentuk pola-pola komunikasi baru (Muhammad, 2019; Rohman, 2019). Kehadiran internet tentunya memberikan kesantapan jarak dalam hal komunikasi yang dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun (Azzahra et al., 2021; Kusuma & Asmoro, 2021; Shanaz & Irwansyah, 2021). *We Are Social* mencatat, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 205 juta pada Januari 2022. Angka nilai peningkatannya terbilang lebih tinggi dibanding pada periode tahun sebelumnya. Pada Januari 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat 203 juta jiwa. Melihat trennya, jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya (Karnadi, 2022).

Penggunaan internet yang begitu cepat juga mempengaruhi kemunculan jejaring sosial sebagai wadah untuk menjalin komunikasi secara virtual, baik antar individu maupun antar kelompok (Nainggolan et al., 2018). Menurut Rulli Nasrullah (2017:57), Pengertian media sosial adalah medium internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagai informasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah M, 2017). Di era sekarang ini media sosial telah menjadi cara baru masyarakat dalam berkomunikasi (Mutiah et al., 2019; Pratidina & Mitha, 2023; Watie, 2016). Kehadiran media sosial telah membawa dampak yang sangat signifikan dalam cara melakukan komunikasi (Gustiandi et al., 2022; Istanto, 2021). Melalui jejaring sosial, setiap orang dapat saling bertukar ide, menjalin hubungan secara intensif, dan tentunya dapat membangun hubungan komunikasi secara lebih luas (Mulawarman & Nurfitri, 2017).

Berdasarkan laporan *We Are Social*, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang pada Januari 2022. Jumlah itu telah meningkat 12,35% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 179 juta orang (Mahdi, 2022). Melihat trennya, jumlah pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. situs jejaring sosial yang paling banyak diakses di Indonesia adalah Whatsapp, Instagram, facebook dan Tiktok. Di Indonesia sendiri Facebook menempati peringkat urutan Ke-3 setelah WhatsApp dan Instagram. Sedangkan dari 10 Negara dengan jumlah pengguna facebook terbesar, Indonesia sendiri berada di urutan peringkat ke 3 dunia (Annur, 2023).

Facebook merupakan media sosial atau situs jejaring sosial yang paling banyak digunakan oleh penduduk di dunia (Lidwina, 2021). Facebook sendiri merupakan

aplikasi yang dibuat oleh Mark Zuckerberg dan diluncurkan pada tahun 2004 (Kartini et al., 2022). Berbicara tentang Facebook tentu berbicara tentang social networking, social networking sendiri merupakan pengguna sebuah website untuk menghubungkan orang-orang yang kesamaan minat personal maupun profesional (Jain et al., 2021).

Situs pertemanan ini sangatlah mudah untuk diakses bagi pengguna baru sekalipun (Nur, 2021). Facebook merupakan sebuah fenomena besar yang mempengaruhi kehidupan dunia terutama dalam bidang sosial (Hu et al., 2017). Awalnya facebook diciptakan di sebuah Universitas dan berkembang pesat ke banyak negara (Nieborg & Helmond, 2019). Facebook merupakan suatu situs jaringan sosial yang dapat mengundang pertemanan, menambah pertemanan, grup, sekolah, daerah domisili, dan seterusnya. Facebook juga dapat tersebut sebagai fasilitas untuk berteman dan membina kehidupan sosial (Gantiano, 2019).

Di dalam facebook tentunya memiliki fitur-fitur untuk digunakan oleh penggunanya (Luthfiyanti, 2019). Dengan adanya Facebook orang lebih mudah menjalin komunikasi dan menjalin hubungan interaksi satu sama lain tanpa batasan waktu dan tempat (Asmarani & Kusuma, 2019). Selain itu Facebook juga bisa digunakan untuk berkomunikasi dan mencari informasi yang dibutuhkan untuk mencari sumber informasi yang dibutuhkan untuk bertukar informasi ataupun gagasan, salah satu fasilitas sosial dari situs jejaring Facebook adalah adanya sebuah Grup (Sulastri & Prasetyawan, 2017).

MIK SEMAR (Media Informasi Kota Semarang) merupakan salah satu platform media sosial yang ada di Facebook. Grup facebook ini dibuat pada tahun 2015 (Hendrawan et al., 2022). MIK SEMAR sendiri merupakan rumah besar aspirasi warga kota Semarang (Ikhsan & Irhandayaningsih, 2022). Berawal dari kebersamaan dalam bersosial media di Facebook, hingga sekarang MIK SEMAR telah menjadi barometer terkini dan dipercaya sebagai sumber informasi oleh warga Kota Semarang. Untuk menciptakan pelayanan yang komprehensif, MIK SEMAR membuat sebuah zonasi yang berbasis wilayah (yang selanjutnya disebut Korwil dan Korcam). Selain berkegiatan sosial, MIK SEMAR juga memiliki wadah bersama dalam kegiatan olahraga, kreatifitas dan seni budaya (Wisanggeni, 2023).

Tujuan utama dibuatnya grup facebook MIK SEMAR adalah sebagai wadah untuk berkomunikasi dan mengetahui informasi yang berkaitan dengan keluhan masyarakat Kota Semarang. Salah satunya adalah informasi yang berkaitan dengan pengaduan-pengaduan masyarakat Kota Semarang. Grup Facebook MIK Semar sampai saat ini sudah mempunyai anggota grup sebanyak 499.000 (Empat Ratus Sembilan Puluh Sembilan Ribu). Grup Facebook MIK SEMAR juga memiliki aturan-aturan yang harus ditaati dan dipatuhi oleh para member, agar grup ini tetap kondusif dan nyaman bagi para anggotanya. Grup Facebook MIK SEMAR dikelola secara organisasi agar mempermudah dalam mengelola grup dengan baik (Selly J.F, 2019).

MIK SEMAR menjadi rujukan pusat informasi bagi

masyarakat Kota Semarang melalui platform media sosial Facebook. Sehingga dengan adanya MIK SEMAR dapat membantu masyarakat Kota dalam menyampaikan aduannya terkait kendala yang dialami oleh masyarakat Kota Semarang. Grup Facebook MIK SEMAR juga melibatkan beberapa instansi pemerintahan seperti aparat Kepolisian, PDAM, DPU, Kejaksaan, dan lain sebagainya.

Hal ini tentu sangatlah mempermudah masyarakat kota Semarang sehingga bisa mendapatkan respon yang cepat oleh pejabat pemerintah Kota Semarang terkait aduan-aduan yang telah di sampaikan melalui Grup Facebook MIK SEMAR. Pengelolaan aktivitas media sosial, dalam hal ini media sosial Facebook dalam pengelolaannya dapat ditelusuri menggunakan konsep SOME milik Regina Luttrell. *The Circular Model of SOME*.

Menurut Regina Luttrell (2019:57), memiliki empat aspek di dalamnya diantaranya yaitu *share, optimize, manage & engage* (Luttrell, 2019). Setiap aspek dari konsep dari konsep tersebut memiliki kekuatan dan kelebihan masing-masing. Keempat aspek ini jika disatukan dapat memudahkan para praktisi media sosial sehingga dapat mengembangkan strategi yang solid dalam proses pengelolaan sebagai media informasi. Bentuk model SOME dibuat *circular* karena media sosial merupakan percakapan yang terus berkembang. Model *circular* ini memperlihatkan bahwa media sosial ini tetap terus akan berputar. Dalam praktiknya, organisasi atau komunitas dapat melakukan beberapa aspek dalam konsep *The Circular Model of SOME* dalam waktu yang bersamaan (Al Rahmah et al., 2022).

Aspek *manage* yang dimana aspek ini memiliki 3 kegiatan yang perlu ditekankan yaitu *media monitoring, quick response dan real-time interaction* (Ramadhani et al., 2023). Pembahasan atau perbincangan publik yang terjadi di media sosial dapat berlangsung secara cepat dalam hitungan detik (Luttrell, 2019). Oleh karena itu dalam aspek *manage*, Regina Luttrell menyarankan melanjutkannya dengan kegiatan monitoring agar lebih mendalami isu tersebut (Sarasati & Dewi, 2022). Dalam tahap ini praktisi harus mampu mengambil tindakan dan respon dengan cepat. Hal ini memang memberatkan praktisi media sosial itu sendiri, namun respon cepat itulah yang diharapkan publik. Demi membentuk dan mempertahankan citra yang baik, Praktisi perlu mempertahankan tindak lanjut respon yang cepat. Bahkan lebih jauh dari itu, interaksi yang real-time juga merupakan hal yang diperlukan karena setidaknya dapat mencegah opini negatif berkembang terlalu luas dan terlalu cepat. Organisasi atau komunitas harus mampu menjaga komunikasi dua arah yang berkelanjutan agar terciptanya pemahaman publik yang baik (Rochmaniah et al., 2021).

Aspek *engage* atau aspek keterlibatan ini menganggap para konsumen mereka dapat dipengaruhi persepsinya terhadap perusahaan dengan beberapa cara yaitu Masuk dalam percakapan, menambahkan nilai (value) kepada komunitas, terlibat dengan di depan publik, dan respon dengan cepat dan dengan authenticity. Percakapan di media sosial terjadi secara cepat, karakteristik ini membuat konsumen mengharapkan respon yang cepat dari

perusahaan atau organisasi (Ritonga & Fuady, 2023). Ternyata, banyak perusahaan yang tidak bersiap untuk memberikan respon cepat yang diharapkan oleh konsumen. Hal ini kadang dihambat oleh waktu yang disediakan, tanggung jawab pekerjaan yang lain, dan kemampuan untuk mengelola volume interaksi yang berasal dari berbagai saluran sosial media Perusahaan (Al Rahmah et al., 2022).

Adapun penelitian serupa yang dilakukan oleh Muhammad Selly Jugi Faisal (2019) tentang “Peran MIK SEMAR sebagai sarana atau media alternatif citizen journalisme melalui Facebook”. Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan teori agenda setting (Selly Jugi Faisal, 2019).

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Khoirul Umam Widodo (2020) tentang “Memahami pola komunikasi dalam Grup Facebook Media Informasi Kota Semarang (MIK SEMAR)”. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif. Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu *New Media* (Khoirul Umam, 2020).

Dari penelitian terdahulu di atas, memiliki kesamaan tema penelitian yang membahas mengenai media sosial Grup Facebook. Begitu juga dengan metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif. Akan tetapi dalam penelitian ini terdapat perbedaan dari hasil temuan referensi sebelumnya yaitu dalam hal teori yang digunakan dimana penelitian terdahulu menggunakan Teori Agenda Setting dan Teori *New Media* sebagai landasan teori penelitian. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan Teori *The Circular Model of Some* yang dikemukakan oleh Regina Luttrell. Teori *The Circular Model of Some* merupakan model komunikasi ini diharapkan dapat memudahkan para praktisi media sosial dalam melakukan pengelolaan terhadap media sosial sebagai media komunikasi dan informasi.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif adalah sebuah metode yang digunakan peneliti untuk menemukan pengetahuan atau teori terhadap penelitian pada satu waktu tertentu. Penelitian kualitatif yang bertujuan guna memahami kejadian apa yang dialami oleh subjek penelitian terkait perilaku, persepsi, motivasi, tindakan secara menyeluruh dengan cara deskripsi. Penelitian ini akan melibatkan beberapa narasumber sebagai perwakilan untuk memperoleh informasi yang lebih akurat (Mukhtar, 2013).

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini ada dua yaitu data primer dan data sekunder. Data Primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian menggunakan hasil wawancara yang didapatkan dari informasi mengenai topik penelitian sebagai data primer.

Data dari penelitian ini bersumber dari objek penelitian, berupa jawaban-jawaban dari hasil wawancara yang dilakukan

oleh responden admin grup Facebook MIK SEMAR dan masyarakat Semarang.

Data Sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Peneliti menggunakan referensi melalui beberapa buku dan juga website yang terpercaya sebagai rujukan dan penguat data, tentunya yang relevan untuk mendukung penelitian ini.

Menurut Sugiyono data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2019). Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan wawancara mendalam (*indepth interview*) kepada empat informan, terdiri dari satu Admin utama Grup Facebook MIK SEMAR dan 3 masyarakat Kota Semarang yang sudah bergabung di Grup Facebook MIK SEMAR. Adapun kriteria yang peneliti tetapkan dalam memilih informan atau narasumber antara lain sebagai berikut:

1. Memiliki jabatan kepengurusan di Grup Facebook MIK SEMAR
2. Sudah bergabung di Grup Facebook MIK SEMAR minimal 3 tahun.
3. Pernah menanggapi atau berkomentar di postingan Grup Facebook MIK SEMAR minimal 3-5 kali.
4. Bertempat tinggal di Kota Semarang.

Dalam kebenaran data yang diperoleh peneliti dalam penelitian lapangan, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Menurut Sugiyono (2020:47) triangulasi data merupakan Teknik mengumpulkan data yang sifatnya menggabungkan berbagai data dan sumber yang telah ada (Sugiyono, 2020). Triangulasi data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan data yang diperoleh dari admin grup Facebook MIK SEMAR dan lainnya. Maka dari itu, triangulasi data yang digunakan oleh peneliti adalah teknik pemeriksaan dengan memanfaatkan sumber untuk memperoleh data yang lengkap dan akurat serta mendalam.

Analisis data pada penelitian kualitatif dilakukan dengan cara pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diperoleh dari hasil wawancara tersebut. Berdasarkan Miles dan Huberman dalam (Samsu 2017:87)(Saldana & Huberman, 2014), langkah langkah dalam pengambilan data dalam penelitian ini adalah pengumpulan data, reduksi data, tampilan data, verifikasi/menarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil temuan peneliti yang telah dilakukan pada beberapa narasumber mengenai pengelolaan media sosial Grup Facebook MIK SEMAR sebagai media informasi oleh masyarakat kota Semarang. Secara garis besar grup Facebook merupakan salah satu fitur Facebook yang menyediakan platform dan beragam fitur kepada

pemilik halaman untuk membangun komunitas yang interaktif dan relevan antara sesama member yang ada di dalam grup. Kehadiran grup Facebook MIK SEMAR sangat berarti bagi masyarakat kota Semarang.

Dengan adanya grup MIK SEMAR mempermudah masyarakat dalam menjalin komunikasi dan bertukar informasi mengenai permasalahan kehidupan masyarakat maupun peristiwa yang sedang terjadi di wilayah kota Semarang. Sekarang ini Facebook seringkali digunakan oleh beberapa organisasi dan instansi pemerintahan sebagai media informasi masyarakat. Informasi yang disajikan di dalam grup Facebook MIK SEMAR ini berasal dari admin maupun para anggota grup, mereka bebas memposting informasi apapun yang sekiranya memberikan banyak manfaat bagi Masyarakat kota Semarang.

Masyarakat kota Semarang kini telah menggunakan fitur pada grup Facebook yang bernama MIK SEMAR (Media Informasi Kota Semarang). Grup Facebook MIK SEMAR dimanfaatkan oleh masyarakat untuk berkomunikasi dan mencari informasi yang dibutuhkannya. Berbagai informasi bisa mereka dapatkan melalui grup Facebook MIK SEMAR. Informasi yang disajikan di dalam grup Facebook MIK SEMAR ini berasal dari admin maupun para anggota grup.

Mereka bebas memposting informasi apapun yang sekiranya memberikan banyak manfaat bagi Masyarakat Kota Semarang. Grup Facebook MIK SEMAR ini dapat membantu dalam menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang terjadi di kota Semarang. Dengan adanya MIK SEMAR aduan-aduan masyarakat Semarang bisa mendapatkan respon cepat dari Pemkot Semarang. Bermula dari media informasi penampungan masyarakat terkait aduan, kritikan jalan rusak, pelayanan kurang memadai bagi kota Semarang, dan permasalahan masyarakat. Grup Facebook MIK SEMAR juga membuka ruang diskusi bagi masyarakat dengan memberikan tagar #miksemarbertanya pada postingan yang diunggah. Masyarakat bebas bertanya terkait berbagai masalah yang sedang dialami. Ruang diskusi tersebut bisa membantu memberikan solusi terbaik untuk masyarakat yang sedang bertanya terkait perihal masalahnya.

Grup Facebook MIK SEMAR ini juga memiliki peran dalam mengungkap tindak kejahatan kriminalitas di wilayah kota Semarang. Grup Facebook ini dipantau langsung oleh jajaran aparat kepolisian, sehingga jika ada postingan terkait informasi tindak kejahatan maka akan segera ditelusuri dan ditindaklanjuti oleh aparat kepolisian kota Semarang. Selain sebagai media informasi, Grup Facebook MIK SEMAR juga digunakan oleh Masyarakat Semarang untuk mempromosikan barang jualannya maupun produk-produk UMKM. Dalam hal ini Admin Grup Facebook MIK SEMAR menyediakan waktu khusus untuk membantu masyarakat dalam memasarkan barang dagangannya melalui Grup Facebook MIK SEMAR supaya produk tersebut cepat terjual. Para member boleh memposting barang dagangannya di Grup Facebook MIK SEMAR pada hari Sabtu dan Minggu saja serta wajib mencantumkan tagar #MiksemarPromosi.

Hal ini dilakukan admin supaya grup Facebook MIK SEMAR ini tidak terpenyerup oleh postingan-postingan jual beli sehingga dapat menenggelamkan postingan yang berisi informasi penting. Dengan adanya grup Facebook MIK SEMAR, masyarakat sangat terbantu dalam memasarkan produk-produk jualannya. Masyarakat memanfaatkan waktu khusus yang sudah dijadwalkan oleh admin untuk memposting produk jualannya di grup Facebook MIK SEMAR. Hal ini tentu membantu mempermudah dalam memasarkan produknya di media sosial dan mampu meningkatkan hasil penjualannya. MIK SEMAR ini tentu bisa menjadi media promosi bagi Masyarakat Semarang.

Selain sebagai media informasi bagi Masyarakat Kota Semarang, MIK SEMAR membentuk tim khusus yaitu Relawan Aksi Warga (RAW), Siap antar warga, siap jaga warga. Admin grup beserta pengurus grup Facebook MIK SEMAR memberikan fasilitas pelayanan gratis kepada masyarakat Semarang melalui program-programnya.

Program-program yang diberikan oleh MIK SEMAR adalah Relawan Aksi Warga (RAW), Rumah Donasi MIK SEMAR (RDM), dan Mik Semar Sigap (Siap Tanggap). Selain itu MIK SEMAR juga menyediakan 3 unit mobil ambulans Siaga. Mobil ambulans tersebut bisa digunakan masyarakat Semarang secara gratis dalam waktu yang mendesak untuk mengantar pasien. Dengan adanya program-program dan fasilitas yang diberikan oleh tim MIK SEMAR sangat membantu masyarakat Semarang yang sedang mengalami kendala dan kesusahan. Relawan Aksi Warga ini siap membantu dengan sepenuh hati dan memberikan pelayanan yang maksimal terhadap masyarakat kota Semarang.

Kehadiran platform media sosial grup Facebook MIK SEMAR sangat berpengaruh di masyarakat umum khususnya masyarakat kota Semarang. Seperti halnya sebagai media komunikasi eksternal pada khalayak umum. Hal ini berkaitan dengan segala informasi yang dibagikan kepada masyarakat. Hal ini terbukti dari umpan balik dari para anggota grup Facebook MIK SEMAR. Terbukti setiap postingan yang dibagikan mendapatkan tanggapan atau respon yang positif berupa komentar atau like.

MIK SEMAR hadir di media sosial Facebook sudah 8 tahun sebagai media komunikasi dan informasi bagi masyarakat kota Semarang. Grup Facebook MIK SEMAR masuk nominasi 6 kategori Ormas Community Award 2022, salah satunya pada kategori Sosial Kemanusiaan. Ormas Community Award 2022 diselenggarakan atas kerja sama Kasbangpol Kota Semarang bersama Forum Komunikasi Ormas Semarang Bersatu (FKSB). Hal tersebut tentu merupakan ajang untuk menunjukkan seberapa besar dalam pengelolaan media sosial Grup Facebook sebagai media informasi.

Grup Facebook MIK SEMAR kini semakin berkembang menjadi wadah yang menjembatani berbagai aktivitas, khususnya di media sosial yang memberikan

peran penting sebagai media komunikasi dan informasi yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat kota Semarang.

Peneliti menyimpulkan bahwa grup Facebook MIK SEMAR sadar akan pentingnya pengelolaan media sosial, sehingga media sosial ini menjadi sarana media informasi yang bisa memberikan manfaat bagi banyak orang atau pengguna. Maka diperlukan pengelolaan yang terarah dan tepat agar tujuan organisasi ini bisa tercapai. Dalam pengimplementasian *The Circular Model of Some* Grup Facebook MIK SEMAR telah menerapkan pengelolaan media sosial dengan baik. Grup MIK SEMAR menjalankan empat aspek yang terdapat di *The Circular Model of Some* yaitu aspek *Share, Optimize, Manage, Engage* dalam melakukan proses pengelolaan media sosial, pada grup Facebook MIK SEMAR sebagai sarana media informasi oleh masyarakat kota Semarang.

Proses *share* adalah tahap pertama dalam pengelolaan media sosial. Ditahap ini dari pernyataan yang disampaikan oleh Luttrell (2019:55), bahwa penggunaan media sosial dengan model SOME untuk komunikasi mediasosial yang memiliki dasar fundamental, dalam mendukung model *two-way symmetrical model of communication* yang dikemukakan oleh Grunning. Model komunikasi dua arah memiliki timbal balik yang berimbang. Dalam aspek *share* Rahmulyo Adi Wibowo selaku admin Grup Facebook MIK SEMAR selalu sigap dalam membagikan informasi. Postingan yang dibagikan oleh admin mendapatkan timbal balik dari member yang menanggapi melalui kolom komentar. Dengan adanya informasi yang di *share* oleh admin melalui grup Facebook MIK SEMAR, kini masyarakat jadi mengetahui informasi tersebut. Informasi yang di *share* di grup Facebook MIK SEMAR akan cepat tersampaikan kepada member atau masyarakat.

Sebagai media informasi Kota Semarang, grup Facebook MIK SEMAR mempermudah masyarakat dalam membagikan informasi, berbagai informasi yang dibagikan ke grup Facebook MIK SEMAR akan lebih cepat tersampaikan dan mudah diakses oleh masyarakat kota Semarang. Selain grup yang selalu *update* dalam membagikan informasi, MIK SEMAR memiliki peran penting bagi masyarakat kota Semarang sebagai media Informasi mengenai kota Semarang. Dalam model aspek *share* ini, Grup Facebook MIK SEMAR mempermudah dalam membentuk pemahaman publik, dikarenakan model ini dianggap lebih etis dalam penyampaian informasi atau pesan yang menguntungkan kedua belah pihak, sehingga informasi yang dibagikan melalui grup Facebook MIK SEMAR akan mudah tersampaikan dan diterima dengan baik oleh masyarakat kota Semarang. Dalam tahapan ini, bahwa grup Facebook MIK SEMAR memahami adanya komunikasi dua arah yang merupakan hal yang mendasari dalam penggunaan media sosial Facebook sebagai media komunikasi dan informasi khususnya oleh Masyarakat Kota Semarang. Postingan yang di *share* oleh member dapat menyebarkan informasi yang positif dan bermanfaat sehingga informasi yang dibagikan melalui grup Facebook MIK SEMAR akan mudah tersampaikan dan diterima dengan baik oleh seluruh masyarakat kota Semarang. Sama halnya dengan pendapat Luttrell (2015:41) yang mengatakan bahwa media sosial dapat membantu seseorang untuk saring

menyebarkan informasi dan bersosialisasi.

Tahap *optimize* menjadi poin kedua dalam *The Circular Model of SOME*. Luttrell menjelaskan dalam tahap *optimize*, di poin mengetahui apa yang sedang dibicarakan oleh publik harus menggunakan tools tertentu. Dalam mengetahui apa yang sedang dibicarakan di Grup Facebook MIK SEMAR adalah dengan melihat hashtag di setiap postingan. Salah satunya seperti #miksemarinfo, #miksemaritanya, #miksemaraduan, #miksemar promosi dan masih banyak lainnya. Selain itu, tahapan ini juga melihat keterlibatan pihak lain dalam kolaborasi untuk mengoptimalkan percakapan dan pesan, melibatkan tokoh atau figur yang dipercaya oleh publik dalam membantu pengelolaan informasi kepada publik. Dalam mengoptimalkan grup Facebook MIK SEMAR, Rahmulyo Adi Wibowo melibatkan beberapa instansi pemerintahan yang ada di Kota Semarang. Pada aspek ini grup Facebook MIK SEMAR menjadi wadah yang menjembatani beragam informasi dengan melibatkan pihak-pihak instansi pemerintahan Kota Semarang dari berbagai kepentingan melalui pemanfaatan platform media sosial Facebook. Sehingga bisa mewujudkan layanan komunikasi dan informasi publik dan berkualitas dalam mendukung tata kelola sebagai media komunikasi dan informasi publik yang terbuka.

Menurut Luttrell (2019:55) menjelaskan bahwa ketika suatu organisasi atau komunitas telah memutuskan terjun ke dalam media sosial harusnya sudah tidak menjadi sebuah organisasi tetapi harus sebagai manusia (Luttrell, 2019). Karena pengguna media sosial juga mengharapkan hubungan komunikasi yang murni dan otentik dengan adanya komunikasi dua arah sehingga terjalannya komunikasi yang baik dengan publik. Grup Facebook MIK SEMAR telah menggunakan cara yang baik seperti halnya Luttrell jelaskan diatas, dengan adanya komunikasi ketika publik ada yang bertanya atau memberikan kritik dan saran lalu ditanggapi dengan baik oleh Dinas terkait yang telah bergabung di Grup Facebook MIK SEMAR.

Pada aspek *Manage* dari konsep *The Circular Model of SOME*, penggunaan media sosial Grup Facebook MIK SEMAR diawali oleh bagaimana media monitoring yang dilakukan, bagaimana mendengar dan memahami (*listen & learn*) yang dibicarakan publiknya, serta bagaimana pelibatan diri Grup Facebook MIK SEMAR dalam percakapan suatu isu atau topik tertentu. Monitoring grup Facebook MIK SEMAR menggunakan fitur insight yang ada di Facebook. Selain menggunakan fitur insight Grup Facebook MIK SEMAR juga melakukan media monitoring dengan cara melihat postingan informasi dari para member grup yang menggunakan hashtag yang sudah menjadi kewajiban dan prioritas utama para member grup yang mau melakukan postingan di Grup Facebook MIK SEMAR. Admin Grup Facebook MIK SEMAR selalu memonitoring terkait perkembangan grup Facebook MIK SEMAR. Para member yang mau memposting informasi di dalam grup harus wajib

mencantumkan hashtag. Dengan mencantumkan sebuah hashtag di postingan maka akan lebih mudah dalam melakukan pencarian dan menanggapi informasi tersebut.

Sedangkan dalam kegiatan *listen and learn* dilakukan dengan melihat dan menanggapi komentar atau pesan langsung dari postingan yang diunggah oleh member grup Facebook MIK SEMAR. Admin grup Facebook MIK SEMAR seringkali menanggapi melalui kolom komentar postingan yang diunggah oleh salah satu member grup. Poin yang terakhir adalah cara MIK SEMAR memberikan respon yang cepat terhadap postingan-postingan yang masuk di grup adalah dengan cara membentuk tim khusus bernama MIK SEMAR SIGAP, tugas tim MIK SEMAR SIGAP adalah memfilter jumlah postingan yang masuk per harinya. Tim MIK SEMAR SIGAP akan menyeleksi postingan terlebih dahulu sebelum diterbitkan di dalam Grup Facebook MIK SEMAR, sehingga postingan-postingan yang akan diterbitkan di grup Facebook MIK SEMAR bisa tertata dan terkelola dengan maksimal dan dapat dinikmati para member Grup. Menurut Luttrell (2019:55), ketiga poin dalam tahap *manage* (pengelolaan) yaitu media *monitoring*, melakukan interaksi dalam waktu yang sebenarnya dan memberikan respon yang cepat, hal itu berkaitan satu sama lain dan lebih mudah apabila menggunakan tools dashboard media sosial (Luttrell, 2019).

Di tahap aspek *engage* (melibatkan) terdapat poin-poin yang harus diperhatikan menurut Luttrell (2019:55) yaitu bagaimana subjek menentukan audiens, bagaimana memberikan respon cepat kepada publiknya, serta meraih target audiens (Luttrell, 2019). Grup Facebook MIK SEMAR dalam menargetkan audiensnya adalah seluruh masyarakat kota Semarang baik dari kalangan anak muda maupun orang tua yang paham terhadap penggunaan media sosial Facebook. Dalam tahap aspek *engage* (melibatkan) di poin selanjutnya yaitu bagaimana memberikan respon cepat terhadap Publik.

Admin grup Facebook MIK SEMAR menjalin hubungan dengan instansi pemerintahan kota Semarang. Para instansi tersebut diharapkan bisa memantau terkait perkembangan kota Semarang melalui postingan aduan masyarakat yang terdapat di Grup Facebook MIK SEMAR. Begitu besarnya ekspektasi publik terhadap grup Facebook MIK SEMAR dalam merespon aduan masyarakat secara cepat di media sosial oleh dinas terkait yang sudah bergabung di grup Facebook MIK SEMAR. Jika Grup Facebook MIK SEMAR tidak dapat memenuhi ekspektasi dari masyarakat maka dapat membuat masyarakat berhenti mengikuti atau keluar dari Grup Facebook MIK SEMAR. Poin yang terakhir tahap *engage* yaitu bagaimana grup Facebook MIK SEMAR dalam meraih target audiens. Dengan penyesuaian dan terus meningkatkan perkembangan terhadap kualitas grup Facebook MIK SEMAR akan meningkatkan kesetiaan member dan bisa menambah jumlah member yang ingin bergabung di grup Facebook MIK SEMAR. Peningkatan terhadap kualitas grup tentu sangatlah berpengaruh terhadap para member grup.

Hingga saat ini member grup Facebook MIK SEMAR

telah mencapai 499 ribu member, hal ini dikarenakan pengelolaan grup Facebook MIK SEMAR sangatlah terstruktur dengan baik. Kualitas grup juga akan terus ditingkatkan sehingga grup Facebook MIK SEMAR dapat dipercaya oleh masyarakat sebagai media pusat rujukan informasi kota Semarang. Pengelolaan media sosial Grup Facebook MIK SEMAR akan menjadi lebih terarah dan sesuai dengan target yang ingin dicapai. Oleh karenanya target *audience* yaitu masyarakat Kota Semarang menjadi proses yang perlu diperhatikan untuk keberlanjutan pengelolaan media sosial yang lebih maksimal.

Melalui keempat aspek *The Circular Model of Some* tersebut, merupakan proses pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh admin grup Facebook MIK SEMAR. Dalam prosesnya, empat tahap tersebut jika digabungkan akan menghasilkan kekuatan yang solid dalam pengelolaan media sosial pada Grup Facebook MIK SEMAR sebagai media komunikasi dan informasi. Sehingga grup Facebook MIK SEMAR menjadi media yang memiliki peran penting dalam menjembatani berbagai informasi di media sosial yang dapat memberikan manfaat kepada Masyarakat Kota Semarang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu dari Muhammad Selley Jugi Faizal (2019) tentang “Peran MIK SEMAR sebagai sarana atau media alternatif citizen journalisme melalui Facebook”, yang menyatakan bahwa warga di grup berita pada grup Facebook MIK SEMAR telah menerapkan konsep jurnalisme warga, dimana mereka mengumpulkan, melaporkan, menganalisis, menyebarkan berita dan informasi, kadang-kadang mereka menggunakan grup untuk mengkritik kebijakan pemerintah (Selly J.F, 2019).

Demikian juga dengan penelitian terdahulu dari Khoiril Umam Widodo (2020) tentang “Memahami Pola Komunikasi dalam Grup Facebook Media Informasi Kota Semarang (MIK SEMAR)”, dengan hasil penelitian bahwa pola komunikasi yang terjadi dalam grup Facebook MIK SEMAR yaitu pola interaksi, pola komunikasi dua arah, dan pola jaringan komunikasi. Pola jaringan komunikasi yang terjadi adalah semua saluran atau all channel sehingga setiap anggota MIK SEMAR dapat berkomunikasi dan melakukan timbal balik secara langsung dengan semua anggota lainnya.

Sedangkan hasil pada penelitian ini juga terkait dengan pengelolaan media sosial Grup Facebook MIK SEMAR sebagai media informasi oleh masyarakat kota Semarang. Secara garis besar grup Facebook merupakan salah satu fitur Facebook yang menyediakan platform dan beragam fitur kepada pemilik halaman untuk membangun komunitas yang interaktif dan relevan antara sesama member yang ada di dalam grup. Kehadiran grup Facebook MIK SEMAR sangat berarti bagi masyarakat kota Semarang. Pengelolaan pada grup Facebook MIK SEMAR dapat menyampaikan informasi yang bisa diterima dengan baik oleh masyarakat Kota Semarang. Sehingga keluhan-

keluhan yang dialami oleh masyarakat dapat tersampaikan kepada pemerintah kota Semarang melalui media sosial Grup Facebook MIK SEMAR.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian melalui tahapan wawancara kepada informan dan data yang diperoleh peneliti, terkait Pengelolaan Media Sosial Grup Facebook MIK SEMAR sebagai media informasi oleh masyarakat Kota Semarang. maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam aspek *Share*, Grup Facebook MIK SEMAR mempermudah dalam membentuk pemahaman publik. Postingan yang di share oleh admin atau member dapat menyebarkan informasi yang positif dan bermanfaat. Dalam tahapan ini, bahwa grup Facebook MIK SEMAR memahami adanya komunikasi dua arah yang merupakan hal yang mendasari dalam penggunaan media sosial Facebook sebagai media komunikasi dan informasi.
2. Dalam aspek *Optimize*, untuk mengetahui apa yang sedang di bicarakan oleh member di Grup Facebook MIK SEMAR yaitu wajib mencantumkan sebuah hashtag di setiap postingan. salah satunya seperti #miksemarinfo, #miksemartanya, dan lain sebagainya. Tujuannya agar para member dan admin grup dapat mengetahui apa yang sedang dibicarakan pada postingan tersebut
3. Pada aspek *Manage*, monitoring Grup Facebook MIK SEMAR menggunakan fitur insight yang ada di Facebook. Admin Grup Facebook MIK SEMAR sering kali menanggapi melalui kolom komentar postingan yang diunggah oleh salah satu member grup. Serta ini dapat memperlihatkan koresponsifan oleh admin dalam pengelolaan Grup Facebook MIK SEMAR.
4. Pada aspek *Engage*, Grup Facebook MIK SEMAR dalam menargetkan audiensnya yang merupakan Masyarakat Kota Semarang baik dari kalangan anak muda maupun orang tua yang paham terhadap penggunaan media sosial Facebook. Para instansi tersebut diharapkan bisa memantau terkait perkembangan Kota Semarang melalui postingan aduan Masyarakat yang terdapat di Grup Facebook MIK SEMAR.

UCAPAN TERIMAKASIH

Peneliti menyampaikan terimakasih kepada redaktur jurnal Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk mempublikasikan hasil penelitian kami. Kemudian ucapan terimakasih juga kami sampaikan kepada admin dan kepengurusan pengelola Grup Facebook MIK dan masyarakat Kota Semarang yang sudah bersedia membantu peneliti dalam melakukan penelitian. Juga tentunya kami ucapkan terimakasih kepada Universitas Semarang dan seluruh pihak yang berkontribusi kepada penelitian ini.

REFERENSI

- Ahmadi, M. (2020). Dampak Perkembangan New Media pada Pola Komunikasi Masyarakat. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 26–37. <http://ejournal.iai-tabah.ac.id/index.php/alamtarao/article/view/499>
- Al Rahmah, F., Hafiar, H., & Ryanto Budiana, H. (2022). Pengelolaan Aktivitas Media Sosial Instagram @cimahikota oleh Pemerintah Kota Cimahi. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(1), 128–139. <https://doi.org/10.33366/jkn.v4i1.145>
- Anang Sugeng Cahyono. (2016). Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>
- Anjarwani, S. E., Jatmika, A. H., Agitha, N., Albar, M. A., & Afwani, R. (2022). Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi yang Bijak bagi Remaja pada Era Globalisasi. *Jurnal Begawe Teknologi Informasi (JBegaTI)*, 3(2), 296–303. <https://doi.org/10.29303/jbegati.v3i2.840>
- Annur, C. M. (2023). *Jumlah Perguruan Tinggi di Indonesia Capai 3.107 Unit pada 2022, Mayoritas dari Swasta*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/01/jumlah-perguruan-tinggi-di-indonesia-capai-3107-unit-pada-2022-mayoritas-dari-swasta>
- Asmarani, Y. A., & Kusuma, R. S. (2019). Media Sosial Facebook sebagai Sarana Memelihara Pertemanan. *PETANDA: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora*, 1(2), 63–74. <https://doi.org/10.32509/jhm.v1i2.829>
- Azzahra, Z. P. A., Furnamasari, Y. F., & Dewi, D. A. (2021). Pengaruh Teknologi Digital terhadap Persatuan dan Kesatuan Bangsa Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 9232–9240.
- Gantiano, H. E. (2019). Fenomena Facebook Sebagai Sarana Komunikasi Sosial. *Dharma Duta*, 15(1). <https://doi.org/10.33363/dd.v15i1.163>
- Gustiandi, S., Kurniadi, T., Lubis, A. R., & Rohmah, N. A. F. (2022). Pengaruh Penggunaan Sosial Media Instagram Dimasyarakat Kampung Kandaga. *Kampret Journal*, 1(1), 17–23. <https://doi.org/10.35335/kampret.v1i1.10>
- Hendrawan, A., Yuwanto, Y., & Erowati, D. (2022). Demokrasi Deliberatif dalam Open Government (Studi Kasus di Kota Semarang Tahun 2018-2019). *JWP (Jurnal Wacana Politik)*, 7(1), 11. <https://doi.org/10.24198/jwp.v7i1.31148>
- Hu, X., Kim, A., Siwek, N., & Wilder, D. (2017). The Facebook Paradox: Effects of Facebooking on Individuals' Social Relationships and Psychological Well-Being. *Front. Psychol.* <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00087>
- Ikhsan, M. R., & Irhandyaningsih, A. (2022). Penyebaran Informasi Kecelakaan Lalu Lintas pada Akun @infokejadiansemarang melalui Instagram. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 6(3), 279–292. <https://doi.org/10.14710/anuva.6.3.279-292>
- Istanto. (2021). Peranan Media Sosial Dalam Pendidikan. *Comment*, 1(1).
- Jain, A. K., Sahoo, S. R., & Kaubiya, J. (2021). Online Social Networks Security and Privacy: Comprehensive Review and Analysis. *Complex and Intelligent Systems*, 7(5), 2157–2177. <https://doi.org/10.1007/s40747-021-00409-7>
- Karnadi, A. (2022). *Pengguna Internet di Indonesia Capai 205 Juta pada 2022*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-internet-di-indonesia-capai-205-juta-pada-2022>
- Kartini, K., Ningrum, I. M., Sari, J. E., & Khoirunnisa, K. (2022). Penelitian tentang Facebook. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 3(2), 146–153. <https://ummaspul.e-journal.id/JENFOL/article/view/4472>
- Khoiril Umam, W. (2020). *Memahami Pola Komunikasi dalam Grup Facebook Media Informasi Kota Semarang (MIK SEMAR)*. Universitas Semarang.
- Kusuma, H., & Asmoru, W. K. (2021). Perkembangan Financial Teknologi (Fintech) Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam. *ISTITHMAR: Jurnal Pengembangan Ekonomi Islam*, 4(2), 141–163. <https://doi.org/10.30762/itr.v4i2.3044>
- Lidwina, A. (2021). *Facebook, Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Dunia*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/17/facebook-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-dunia#:~:text=Facebook memiliki jumlah pengguna aktif,paling banyak digunakan di dunia.>
- Luthfiyanti, L. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Facebook dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia di Sekolah. *Prosiding Seminar Nasional Linguistik VII*, 113–119.
- Luttrell, R. (2019). *Social Media: How to Engage, Share and Connect*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Mahdi, M. I. (2022). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022.>, Klik selengkapnya di sini:
- Muhammad, I. (2019). Pengaruh Media Sosial (Facebook) Terhadap Pola Kebahasaan Mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Khairun. *Humano: Jurnal Penelitian*, 9(2), 256. <https://doi.org/10.33387/hjp.v9i2.908>
- Mukhtar. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Referensi (GP Press Group).
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36–44. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>
- Mutiah, T., Albar, I., & Fitriyanto, F. (2019). Etika Komunikasi dalam menggunakan Media Sosial. *Jurnal Global Komunika*, 1(1), 14–24.
- Nainggolan, V., Randonuwu, S. A., & Waleleng, G. J. (2018). Peranan Media Sosial Instagram dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unsrat Manado. *Jurnal Acta Diurna*, 7(4), 1–15. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/22022>
- Nasrullah M, R. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nieborg, D. B., & Helmond, A. (2019). The Political Economy of Facebook's Platformization in The Mobile Ecosystem: Facebook Messenger as a Platform Instance. *Media, Culture and Society*, 41(2), 196–218. <https://doi.org/10.1177/0163443718818384>
- Nur, E. (2021). Peran Media Massa dalam Menghadapi Serbuan Media Online. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, 02, 52. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/mkm/article/view/4198>
- Pratidina, N. D., & Mitha, J. (2023). Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Interaksi Sosial Masyarakat: Studi Literature. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 810. <https://doi.org/10.33087/juibj.v23i1.3083>
- Ramadhani, N., Efni Salam, N., & Eldapi Yozani, R. (2023). Pemanfaatan Konten Tiktok Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Shoppe Affiliate Pada Akun Tiktok "Indisyindi." *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 8(1), 235–261. <https://doi.org/10.23969/jp.v8i1.7591>
- Ritonga, I. N., & Fuady, M. E. (2023). Strategi Pengelolaan Konten Morgy Coffee. *Jurnal Riset Public Relation (JRPR)*, 15–24.
- Rochmaniah, A., Dharna, F. A., & Utomo, D. B. (2021). Buku Ajar Dasar-Dasar Public Relations. In *Umsida Press*. <https://press.umsida.ac.id/index.php/umsidapress/article/view/978-623-6292-23-5>
- Rohman, D. A. (2019). Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial. *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan*, 13(2), 121–133. <https://doi.org/10.38075/tp.v13i2.19>
- Saldana, & Huberman, M. &. (2014). *Qualitative Data Analysis*. SAGE Publications.
- Sarasati, A., & Dewi, R. (2022). Pengelolaan Akun Media Sosial Instagram @pupukujang Sebagai Media Komunikasi PT Pupuk Kujang Cikampek (Persero). *Ulil Albab: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 785–803.
- Satira, U., & Hidriani, R. (2021). Peran Penting Public Relations Di Era Digital. *Sadida: Islamic Communications Media Studies*, 1(1), 179–202. <https://journal.ar-raniry.ac.id/index.php/sadida/article/download/1612/842>
- Selly J.F, M. (2019). *Peran MIK Semar (Media Informasi Kota Semarang) Sebagai*

Sarana/Media Alternatif Citizen Journalism Melalui Facebook.

- Selly Jugi Faisal, M. (2019). *Memahami Pola Komunikasi dalam Grup Facebook Media Informasi Kota Semarang (MIK SEMAR)* [Universitas Semarang]. <https://repository.usm.ac.id/files/skripsi/G31A/2015/G.341.15.0011/G.341.15.0011-15-File-Komplit-20190226045409.pdf>
- Shanaz, N. V., & Irwansyah, I. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Aktivitas Jurnalisme Warga dan Implikasinya terhadap Media Konvensional. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 373–379. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.257>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sulastrri, S., & Prasetyawan, Y. Y. (2017). Pemanfaatan Situs Media Sosial Grup Facebook Racana Diponegoro (Pramuka Undip) dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Racana Diponegoro Undip. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 6(1), 451–460. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/23103>
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>
- Wisanggeni. (2023). *Lewat MIK Semar, Seorang Warganet Berhasil Lacak Keberadaan Keluarganya*. <https://kuasakata.com/read/berita/65479-lewat-mik-semar-seorang-warganet-berhasil-lacak-keberadaan-keluarganya>
- Zaharnita, E., & Rum Rosyid, W. (2016). Pemanfaatan Internet sebagai Sumber Informasi Belajar pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Tanjungpura. *Pendidikan Dan Pembelajaran*, 5(9), 1–17. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/view/16401>

Conflict of Interest Statement: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright ©2023 Ayang Fitrianti and Ahmad Taufikurrohman. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.