

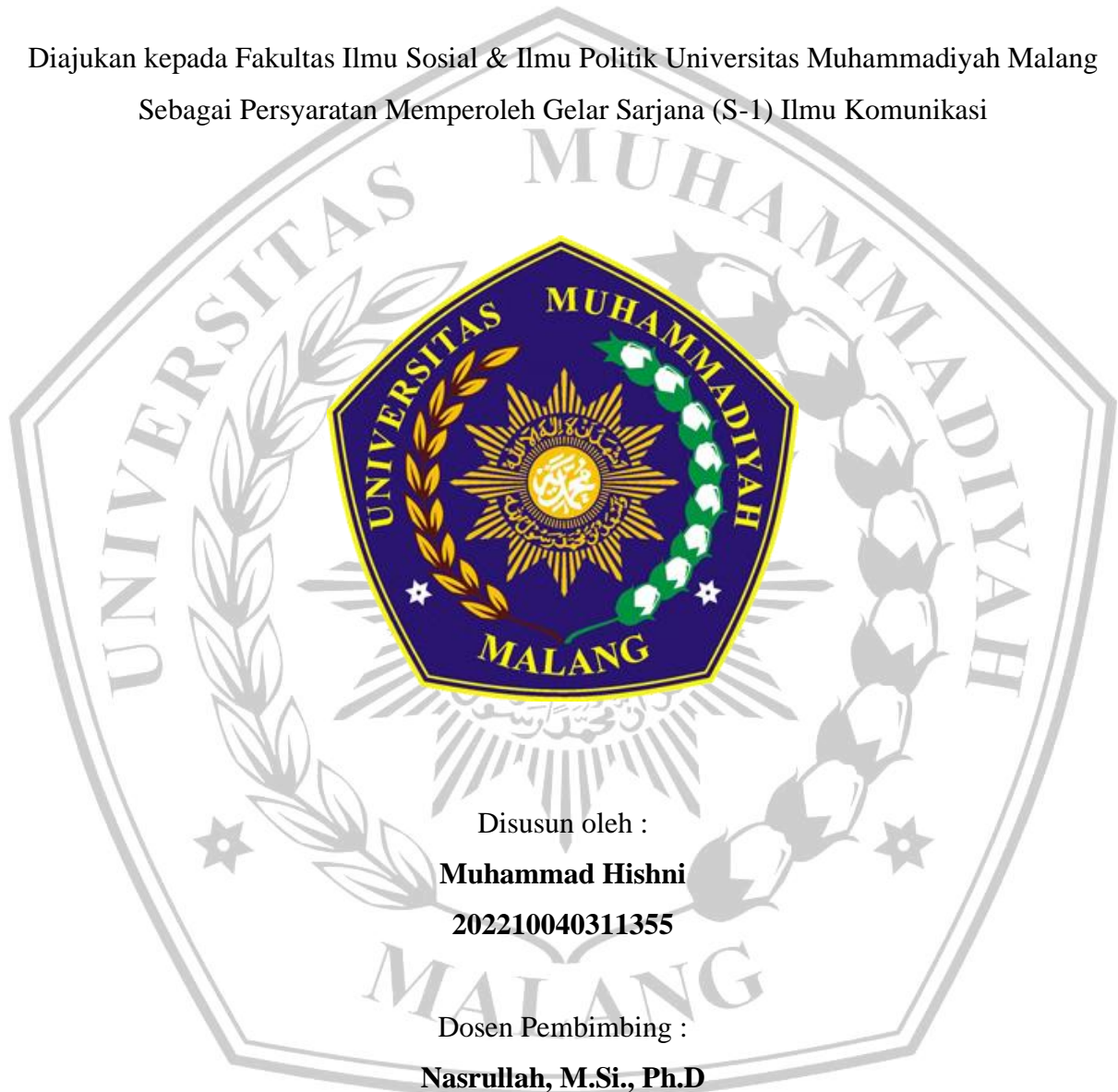
202210040311355  
Muhammad Hishni  
Prodi Ilmu Komunikasi

**STRATEGI OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL UNTUK SOSIALISASI PROGRAM  
GERAKAN 7 KEBIASAAN ANAK INDONESIA HEBAT**

**(Studi Pada Pengelolaan Akun Instagram  
Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah RI)**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang  
Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi



Disusun oleh :

**Muhammad Hishni**

**202210040311355**

Dosen Pembimbing :

**Nasrullah, M.Si., Ph.D**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2026**

## LEMBAR PENGESAHAN

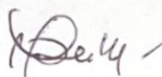
**STRATEGI OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL UNTUK SOSIALISASI  
PROGRAM GERAKAN 7 KEBIASAAN ANAK INDONESIA HEBAT  
(Studi Pada Pengelolaan Akun Instagram  
Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah RI)**

Diajukan Oleh :

Muhammad Hishni  
202210040311355

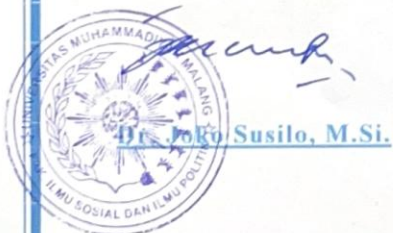
Telah disetujui  
*Rabu / 10 Juni 2026*

Pembimbing I

  
Nasrullah, M.Si., Ph.D

Wakil Dekan I

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



  
Novin Farid Styo Wibowo, M.Si.

## LEMBAR KETERANGAN LULUS

# SKRIPSI

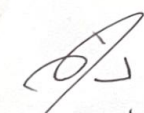

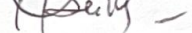
Dipersiapkan dan disusun oleh :

**Muhammad Hishni**  
**202210040311355**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan  
LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( SI ) Ilmu Komunikasi  
Rabu / 10 Juni 2026  
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

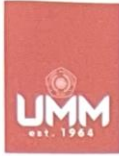
- |                           |  |
|---------------------------|--|
| 1. Isnani Dzuhrina, M.Adv | (  ) |
| 2. Jamroji, M.Comms       | (  ) |
| 3. Nasrullah, M.Si., Ph.D | (  ) |

Mengetahui  
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



  
**Dr. Joko Susilo, M.Si.**

## SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/V/2026

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Muhammad Hishni  
No. Induk Mahasiswa : 202210040311355  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : STRATEGI OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL UNTUK  
SOSIALISASI PROGRAM GERAKAN 7 KEBIASAAN  
ANAK INDONESIA HEBAT (Studi Pada Pengelolaan Akun  
Instagram Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah RI)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang , 11 Mei 2026  
Dosen Pembimbing

Nasrullah, M.Si., Ph.D








Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sukani No 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 562 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 483 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## LEMBAR KETERANGAN BEBAS KULIAH

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	<b>SURAT KETERANGAN</b> Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/V/2026			
	Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:			
	NAMA : Muhammad Hishni			
	NIM : 202210040311355			
	Program Studi : Ilmu Komunikasi			
	<p>Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 8 (Delapan) tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan <b>BEBAS KULIAH</b></p> <p>Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.</p>			
	<p>Malang, 11 Mei 2026</p> <p>Ketua Program Studi</p> 			
	<b>Novin Farid Setyo Wibowo, M.Si</b>			
	<table border="0"><tr><td><b>Kampus I</b> Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur P: +62 341 551 253 (Hunting) F: +62 341 460 435</td><td><b>Kampus II</b> Jl. Bendungan Sutarni No 158 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 149 (Hunting) F: +62 341 587 060</td><td><b>Kampus III</b> Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang Jawa Timur P: +62 341 464 318 (Hunting) F: +62 341 480 435 E: webmaster@umm.ac.id</td></tr></table>	<b>Kampus I</b> Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur P: +62 341 551 253 (Hunting) F: +62 341 460 435	<b>Kampus II</b> Jl. Bendungan Sutarni No 158 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 149 (Hunting) F: +62 341 587 060	<b>Kampus III</b> Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang Jawa Timur P: +62 341 464 318 (Hunting) F: +62 341 480 435 E: webmaster@umm.ac.id
<b>Kampus I</b> Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur P: +62 341 551 253 (Hunting) F: +62 341 460 435	<b>Kampus II</b> Jl. Bendungan Sutarni No 158 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 149 (Hunting) F: +62 341 587 060	<b>Kampus III</b> Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang Jawa Timur P: +62 341 464 318 (Hunting) F: +62 341 480 435 E: webmaster@umm.ac.id		

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Muhammad Hishni  
NIM : 202210040311355  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : STRATEGI OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL UNTUK  
SOSIALISASI PROGRAM GERAKAN 7 KEBIASAAN ANAK  
INDONESIA HEBAT (Studi Pada Pengelolaan Akun Instagram  
Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah RI)

Disetujui,  
Pembimbing

Nasrullah, M.Si., Ph.D

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos., M.Si



Kampus I  
Jl. Semarang 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sulaimi No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id



## LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN  
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

### LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:

STRATEGI OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL UNTUK SOSIALISASI PROGRAM GERAKAN 7  
KEBIASAAN ANAK INDONESIA HEBAT  
(Studi Pada Pengelolaan Akun Instagram Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah RI)

Oleh:

Nama : Muhammad Hishni

NIM : 202210040311355

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 11 Mei 2026

Pembimbing I/Promotor

Nasrullah, M.Si., Ph.D

NIP. 10303090338



Kampus I  
Jl. Bandung I Malang Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 148 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 319 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : Muhammad Hishni  
NIM : 202210040311355

Hasil Plagiasi : 14/5

BAB I	5			
BAB II	2			
BAB III	16			

BAB IV	1			
BAB V	5			
BAB VI				

Malang, 18 Mei 2026  
Admin Plagiasi Prodi,



PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Muhammad Hishni
2. NIM : 202210040311355
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : STRATEGI OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL UNTUK SOSIALISASI PROGRAM GERAKAN 7 KEBIASAAN ANAK INDONESIA HEBAT (Studi Pada Pengelolaan Akun Instagram Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah RI)
6. Dosen Pembimbing : Nasrullah, M.Si., Ph.D
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
16 Oktober 2025	Pengajuan Judul "STRATEGI OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL UNTUK SOSIALISASI PROGRAM GERAKAN 7 KEBIASAAN ANAK INDONESIA HEBAT (Studi Pada Pengelolaan Akun Instagram Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah RI)"	
5 November 2025	Pengajuan BAB I-III	
10 November 2025	ACC BAB I-II	
12 November 2025	Presentasi Seminar Proposal	
15 April 2026	Pengajuan BAB IV-V	
29 April 2026	ACC BAB IV-V	
29 April 2026	ACC Abstrak	
6 Mei 2026	Seminar Hasil	

Malang, 11 Mei 2026

Dosen Pembimbing

Nasrullah, M.Si., Ph.D

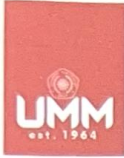


Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 080

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 463 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### BERITA ACARA SEMINAR HASIL

Pada Hari : Rabu, 06 Mei 2026

Pukul 15.00 WIB

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh :

1. Nama : Muhammad Hishni
2. NIM : 202210040311355
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : STRATEGI OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL UNTUK SOSIALISASI PROGRAM GERAKAN 7 KEBIASAAN ANAK INDONESIA HEBAT (Studi Pada Pengelolaan Akun Instagram Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah RI)
6. Dosen Pembimbing : Nasrullah, M.Si., Ph.D
7. Dosen Penguji : Isnaini Dzuhrina, M.Adv

Seminar Hasil dilakukan secara daring/online melalui platform Zoom Meeting dengan tautan link

<https://us06web.zoom.us/j/88158322780?pwd=BJe3I9UaLClazf4A41CaZ7Irm1bhO.1>

Dihadiri oleh dosen pembimbing, dosen penguji dan 19 mahasiswa dengan daftar hadir terlampir. Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS.

Malang, 11 Mei 2026

Dosen Pembimbing,

  
Nasrullah, M.Si., Ph.D

Dosen Penguji,

  
Isnaini Dzuhrina, M.Adv

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sulami No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 587 000

Kampus III  
Jl. Raya Tigomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### Lampiran Daftar Hadir Peserta Seminar Hasil

No	NAMA	NIM	KETERANGAN
1	Mardian Husaini	202210040311223	Ilmu Komunikasi
2	shava alisya putri	202410040110247	Ilmu Komunikasi
3	Alfia Nurul Muallimah	202310040311190	Ilmu Komunikasi
4	Selianti Zahra	202410040110163	Ilmu Komunikasi
5	Dio Rico Ifan Afandi	202210040311232	Ilmu Komunikasi
6	Nadzrul Khair	202210370311042	Informatika
7	Sintania Naurabilla	202310040311060	Ilmu Komunikasi
8	Virgynenza Ayuba	202210040311434	Ilmu Komunikasi
9	Muhammad Noor Fu'adi	202110040311275	Ilmu Komunikasi
10	Febriani Auryn Ananda	202210040311152	Ilmu Komunikasi
11	Muh. Taufiqurrahman	202210040311362	Ilmu Komunikasi
12	Ismail abdullah	202210040311161	Ilmu Komunikasi
13	Aliffia Antika	202210040311421	Ilmu Komunikasi
14	Naufal Javier Risqiansyah	202310040311162	Ilmu Komunikasi
15	Bara Aji Saputra	202210040311157	Ilmu Komunikasi
16	VERA AMALIA AGTRINA PUTRI	202210040311305	Ilmu Komunikasi
17.	RIFKY ADI KURNIAWAN	202110410311094	Farmasi
18.	Irawan Teguh Purnama	202210040311361	Ilmu Komunikasi
19.	Amalia Fatma Sagita	202210040311259	Ilmu Komunikasi



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sukani No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 140 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## ABSTRAK

### ABSTRAK

Muhammad Hishni, 202210040311355, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi, **“Strategi Optimalisasi Media Sosial Untuk Sosialisasi Program Gerakan 7 Kebiasaan Anak Indonesia Hebat (Studi Pada Pengelolaan Akun Instagram Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah RI)”**

**Kata Kunci:** Optimalisasi Media Sosial, Instagram, Komunikasi Publik, Government Social Media, Kemendikdasmen

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi optimalisasi media sosial Instagram dalam mensosialisasikan Program Gerakan 7 Kebiasaan Anak Indonesia Hebat oleh Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah Republik Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan triangulasi sumber dan metode.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa optimalisasi media sosial dilakukan melalui empat tahapan terintegrasi, yaitu perencanaan, produksi konten, distribusi dan publikasi, serta evaluasi dan *monitoring*. Pada tahap perencanaan dilakukan penyusunan *content plan* dan *content pillar* yang bersifat adaptif. Pada tahap produksi, konten disederhanakan dari bahasa formal menjadi komunikatif serta disesuaikan dengan karakteristik media sosial.

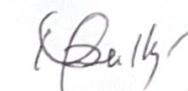
Pada tahap distribusi dan publikasi, konten melalui proses validasi berjenjang sebagai bagian dari mekanisme komunikasi publik pemerintah untuk menjaga akurasi dan kredibilitas informasi. Dalam implementasinya, tantangan yang ditemukan berkaitan dengan belum adanya pengaturan waktu yang baku (SOP *timeline*) dalam proses persetujuan konten. Pada tahap evaluasi, optimalisasi dilakukan melalui Instagram *Insight* dan media *monitoring* sebagai dasar pengembangan strategi komunikasi berikutnya.

Optimalisasi juga terlihat dari pemanfaatan fitur Instagram seperti *reels*, *feeds*, *stories*, dan *collaboration post* untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Selain itu, pengelolaan media sosial pemerintah memiliki karakteristik tersendiri dalam menjaga kredibilitas dan struktur komunikasi publik yang berjenjang.

Penelitian ini juga menemukan bahwa dinamika implementasi lebih banyak dipengaruhi oleh proses adaptasi terhadap audiens, isu publik, dan koordinasi antar unit kerja. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa optimalisasi media sosial Instagram Kemendikdasmen mencerminkan prinsip *Government Social Media* (GSM), yaitu transparansi, partisipasi, dan kolaborasi melalui komunikasi publik digital yang strategis, adaptif, dan berbasis data.

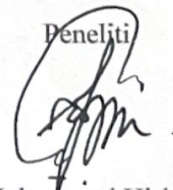
Malang, 11 Mei 2026  
Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Nasrullah, M.Si., Ph.D

Peneliti



Muhammad Hishni

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala Rahmat, Nikmat, dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang. Proses penyusunan skripsi ini menjadi salah satu perjalanan panjang, penuh pembelajaran, serta tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, doa, dan kehadiran banyak pihak. Oleh karena itu, izinkan penulis untuk mengungkapkan dan menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat, pertolongan, kesehatan, dan kekuatan yang diberikan kepada penulis hingga mampu menyelesaikan seluruh proses penyusunan skripsi ini.
2. Rektor Universitas Muhammadiyah Malang beserta jajaran pimpinan universitas.
3. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik beserta seluruh jajaran dosen dan tenaga kependidikan FISIP UMM.
4. Bapak Novin Farid Setyo Wibowo, S. Sos, M.Si, selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi sekaligus wali dosen penulis yang telah memberikan arahan dan dukungan selama masa perkuliahan.
5. Bapak Nasrullah, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Berbagai arahan, masukan, kesabaran, serta kepercayaan yang diberikan kepada penulis menjadi bagian penting dalam perjalanan akademik penulis, termasuk sejak berproses di HIMAKOM UMM hingga penyusunan skripsi ini selesai. Semoga segala ilmu, kebaikan, dan bantuan yang telah diberikan dapat menjadi amal baik serta dibalas dengan hal-hal baik juga.
6. Ibu Isnani Dzuhrina & Bapak Jamroji, selaku dosen penguji yang melalui kritik, saran, serta masukannya telah membantu penulis dalam menyempurnakan skripsi ini.
7. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi UMM yang telah memberikan ilmu, pengalaman, serta pembelajaran berharga selama masa perkuliahan.

8. Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah RI, selaku instansi tempat penulis melaksanakan magang sekaligus penelitian, yang telah memberikan pengalaman dan ruang belajar yang sangat berarti bagi penulis.
9. Bapak Alfian Noor dan Ibu Hamsiah, selaku orang tua penulis yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan, dan kepercayaan penuh dalam setiap langkah yang penulis tempuh. Seluruh pengorbanan, kesabaran, perjuangan, dan hal-hal baik yang diberikan kepada penulis tidak akan pernah cukup untuk dibalas hanya melalui ucapan terima kasih. Di balik proses yang dijalani, penulis juga menyadari masih banyak sikap, keputusan, dan hal-hal yang mungkin pernah membuat sedih, kecewa, marah, maupun khawatir. Untuk itu, penulis memohon maaf atas perjalanan yang tidak sempurna, namun percayalah, untukmu kujual dunia. Terlepas dari semua proses tersebut, penulis merasa sangat bersyukur karena dipertemukan dengan orang tua yang tetap memberikan kesempatan dan kepercayaan kepada penulis untuk menyelesaikan pendidikan hingga jenjang Sarjana ini. Semoga senantiasa diberikan kesehatan, kebahagiaan, serta umur panjang agar penulis masih memiliki banyak waktu untuk membahagiakan dan kebersamai kalian di berbagai perjalanan berikutnya.
10. Haitami, selaku adik penulis yang turut menjadi bagian dari perjalanan dan proses bertumbuh selama menempuh pendidikan. Begitu pula kepada seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan doa, dukungan, serta semangat kepada penulis.
11. HIMAKOM UMM yang menjadi tempat penulis belajar, berproses, bertumbuh, serta mengenal banyak pengalaman dan dinamika selama masa perkuliahan. Bagi penulis, Menjadi bagian dari HIMAKOM merupakan salah satu pengalaman yang tidak akan pernah dilupakan dalam perjalanan hidup penulis.
12. Baskara Putra melalui karya-karyanya bersama Hindia, .Feast, dan Lomba Sihir yang secara tidak langsung turut menemani serta menjadi ruang, pengingat, dan teman bagi penulis di banyak situasi yang tidak selalu mudah untuk dijalani.
13. Mardian dan Gavin, sahabat penulis yang selalu hadir dan menyaksikan berbagai fase kehidupan penulis selama masa perkuliahan. Banyak cerita, keluh kesah, serta berbagai keadaan yang telah dilalui bersama dan akan selalu menjadi bagian yang tidak terlupakan bagi penulis. Semoga perjalanan yang nantinya membawa

kita ke arah masing-masing tidak mengurangi hubungan baik yang telah terjalin selama ini.

14. Adi, Rifky, Nadzrul, Fu'adi, Bram, Iqbal, Azmiy, dan Alfian, sahabat-sahabat penulis dari Kalimantan yang sama-sama melanjutkan perjalanan pendidikan di Kota Malang. Bersama kalian, penulis belajar untuk saling menguatkan dan mendukung satu sama lain selama menjalani kehidupan jauh dari rumah.
15. Keluarga “MRG BSKGGVII” yang menghadirkan banyak cerita, kebersamaan, dan dinamika selama masa perkuliahan penulis. Berbagai momen yang dilalui bersama akan selalu menjadi bagian dari perjalanan yang berharga.
16. Bersama kawan-kawan “Fisip Be Better”, penulis menemukan banyak pengalaman, cerita, serta proses selama masa perkuliahan. Lingkungan yang saling mendukung dan kebersamaan satu sama lain menjadi salah satu hal yang membuat berbagai perjalanan selama perkuliahan terasa lebih berarti untuk dijalani bersama.
17. “Prisma Creative” dan “Fantastic4” menjadi dua kelompok yang memberikan banyak pengalaman, kerja sama, serta dinamika selama penulis menjalani praktikum PR-1 dan program SCDC.
18. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang turut membantu, mendukung, dan kebersamaan penulis selama masa perkuliahan.
19. Terakhir, untuk diri penulis sendiri. Terima kasih karena telah mampu bertahan, berproses, dan menyelesaikan seluruh perjalanan perkuliahan ini dengan segala lika-liku yang ada. Tidak mudah untuk sampai di tahap ini, namun penulis berhasil membuktikan bahwa semua hal yang pernah diragukan dapat dilewati satu per satu. Seperti penggalan lirik dari Hindia yang mengatakan, “*hidup bukan saling mendahului, bermimpilah sendiri-sendiri*”, kalimat tersebut menjadi pengingat bagi penulis untuk tidak terus membandingkan perjalanan hidup dengan orang lain, melainkan belajar menikmati proses dan perjalanan yang dijalani dengan cara penulis sendiri. Semoga langkah yang akan dijalani setelah ini dapat membawa penulis menuju banyak hal baik, kebahagiaan, serta kehidupan yang selama ini diperjuangkan dan diharapkan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR KETERANGAN LULUS</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR KETERANGAN BEBAS KULIAH</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>v</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI</b> .....	<b>vii</b>
<b>TANDA TERIMA PLAGIASI</b> .....	<b>viii</b>
<b>BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI</b> .....	<b>ix</b>
<b>BERITA ACARA SEMINAR HASIL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xx</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1. Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2. Rumusan Masalah</b> .....	<b>11</b>
<b>1.3. Tujuan Penelitian</b> .....	<b>11</b>
<b>1.4. Manfaat Penelitian</b> .....	<b>12</b>
1.4.1. Manfaat Akademis .....	12
1.4.2. Manfaat Praktis .....	12
<b>BAB II</b> .....	<b>13</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
<b>2.1. Konsep Media Sosial</b> .....	<b>13</b>
2.1.1. Karakteristik Media Sosial.....	13
2.1.2. Fungsi dan Peran Media Sosial dalam Komunikasi Publik .....	14

<b>2.2. Government Social Media (GSM)</b> .....	<b>16</b>
2.2.1. Definisi dan Konsep Government Social Media .....	16
2.2.2. Strategi Pengelolaan Government Social Media .....	17
2.2.3. Tantangan dan Etika Pengelolaan Government Social Media.....	19
<b>2.3. Instagram Sebagai Media Sosialisasi Program</b> .....	<b>20</b>
2.3.1. Ciri dan Fitur Utama Instagram .....	20
2.3.2. Karakteristik Pengguna Instagram di Indonesia .....	21
2.3.3. Pemanfaatan Instagram oleh Pemerintah.....	22
<b>2.4. Optimalisasi Media Sosial</b> .....	<b>23</b>
2.4.1. Pengertian Optimalisasi Media Sosial .....	23
2.4.2. Strategi dan Indikator Optimalisasi Media Sosial .....	24
2.4.3. Model Proses Optimalisasi Media Sosial .....	26
<b>2.5. Sosialisasi Program Gerakan 7 Kebiasaan Anak Indonesia Hebat</b> .....	<b>28</b>
2.5.1. Latar Belakang Program .....	28
2.5.2. Sasaran dan Pesan Utama Program.....	29
2.5.3. Strategi Sosialisasi Program di Media Sosial .....	31
<b>2.6. Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>32</b>
<b>2.7. Kerangka Berpikir</b> .....	<b>34</b>
<b>BAB III</b> .....	<b>37</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>37</b>
<b>3.1. Pendekatan dan Tipe Penelitian</b> .....	<b>37</b>
<b>3.2. Tempat &amp; Waktu Penelitian</b> .....	<b>38</b>
<b>3.3. Objek Penelitian</b> .....	<b>38</b>
<b>3.4. Sumber Data</b> .....	<b>39</b>
<b>3.5. Teknik Pengumpulan Data</b> .....	<b>40</b>
<b>3.6. Teknik Analisis Data</b> .....	<b>42</b>
<b>3.7. Uji Keabsahan Data</b> .....	<b>45</b>
<b>BAB IV</b> .....	<b>46</b>
<b>HASIL PENELITIAN &amp; PEMBAHASAN</b> .....	<b>46</b>
<b>4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian</b> .....	<b>46</b>
4.1.1. Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah RI dan Biro Komunikasi dan Hubungan Masyarakat .....	46
4.1.2. Gambaran Akun Instagram @kemendikdasmen .....	47
4.1.3. Program Gerakan 7 Kebiasaan Anak Indonesia Hebat.....	48

<b>4.2. Proses Optimalisasi Media Sosial Instagram dalam Sosialisasi Program</b>	
<b>Gerakan 7 KAIH</b> .....	<b>50</b>
4.2.1. Tahap Perencanaan (Planning) .....	50
4.2.2. Tahap Produksi Konten (Content Production).....	53
4.2.3. Tahap Distribusi dan Publikasi (Distribution & Publication).....	56
4.2.4. Tahap Evaluasi dan Monitoring (Evaluation & Monitoring) .....	58
<b>4.3. Strategi Optimalisasi Media Sosial Instagram dalam Sosialisasi Program</b>	
<b>Gerakan 7 KAIH</b> .....	<b>61</b>
4.3.1. Optimalisasi Konten dan Pesan Sosialisasi Program.....	61
4.3.2. Pemanfaatan Fitur Instagram .....	69
4.3.3. Optimalisasi Pengelolaan Interaksi Publik .....	84
4.3.4. Optimalisasi Evaluasi Berbasis Data .....	88
<b>4.4. Kendala dan Tantangan dalam Optimalisasi Media Sosial</b> .....	<b>90</b>
4.4.1. Kendala Teknis .....	90
4.4.2. Kendala Strategis .....	93
<b>4.5. Hasil &amp; Pembahasan Penelitian</b> .....	<b>95</b>
4.5.1. Optimalisasi Media Sosial dalam Perspektif Government Social Media (GSM) .....	95
4.5.2. Optimalisasi Instagram dalam Praktik Komunikasi Publik Pemerintah.....	98
4.5.3. Strategi Sosialisasi Program Gerakan 7 Kebiasaan Anak Indonesia Hebat melalui Instagram.....	101
4.5.4. Implikasi Akademik dan Praktis.....	103
<b>BAB V</b> .....	<b>106</b>
<b>KESIMPULAN &amp; SARAN</b> .....	<b>106</b>
<b>5.1. Kesimpulan</b> .....	<b>106</b>
<b>5.2. Saran</b> .....	<b>108</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>111</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	<b>117</b>
<b>Lampiran 1. Surat Izin Penelitian</b> .....	<b>117</b>
<b>Lampiran 2. Draft Wawancara</b> .....	<b>118</b>
<b>Lampiran 3. Transkrip Wawancara</b> .....	<b>123</b>
<b>Lampiran 4. Data Observasi Lapangan</b> .....	<b>127</b>
<b>Lampiran 5. Bukti Wawancara</b> .....	<b>129</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.</b> Mind Map Kerangka Berpikir.....	36
<b>Gambar 2.</b> Komponen-komponen analisis data model interaktif .....	43
<b>Gambar 3.</b> Tampilan akun Instagram @kemendikdasmen .....	47
<b>Gambar 4.</b> Contoh konten dengan penggunaan bahasa sederhana .....	63
<b>Gambar 5.</b> Contoh konten dengan pendekatan storytelling .....	65
<b>Gambar 6.</b> Contoh konten dengan integrasi pesan program .....	66
<b>Gambar 7.</b> Contoh konten berbasis kegiatan (recap event) .....	67
<b>Gambar 8.</b> Pemanfaatan story untuk distribusi siaran pers dan pengalihan ke website resmi .....	71
<b>Gambar 9.</b> Pemanfaatan story untuk mengarahkan audiens ke platform lain.....	72
<b>Gambar 10.</b> Pemanfaatan story sebagai media klarifikasi informasi hoax .....	73
<b>Gambar 11.</b> Contoh unggahan feeds carousel.....	75
<b>Gambar 12.</b> Contoh unggahan feeds single post.....	76
<b>Gambar 13.</b> Reels kegiatan peluncuran program .....	78
<b>Gambar 14.</b> Reels konten edukatif.....	78
<b>Gambar 15.</b> Contoh collaboration post dengan akun PUSPEKA .....	79
<b>Gambar 16.</b> Contoh penggunaan caption pada unggahan Instagram.....	81
<b>Gambar 17.</b> Variasi penggunaan tagar pada beberapa unggahan .....	82
<b>Gambar 18.</b> Contoh komentar audiens dan respons admin.....	85
<b>Gambar 19.</b> Contoh komentar relevan yang tidak mendapat respons dari admin .....	86
<b>Gambar 20.</b> Contoh komentar tidak relevan yang tetap direspons .....	87

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.</b> Penelitian Terdahulu .....	32
<b>Tabel 2.</b> Sumber Data Wawancara.....	39
<b>Tabel 3.</b> Sumber Data Observasi .....	40
<b>Tabel 4.</b> Sumber Data Dokumentasi .....	40



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdilah, S., & Purnamasari, H. (2024). EFEKTIVITAS PENYEBARAN INFORMASI PUBLIK MELALUI INSTAGRAM OLEH DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KABUPATEN KARAWANG. *MODERAT: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, (2), 334–350. <https://ojs.unigal.ac.id/index.php/modrat/article/view/3682>
- Abidin, K. Z., & Soegiarto, A. (2021). PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI SUBBAGIAN PROTOKOL PEMERINTAH KOTA ADMINISTRASI JAKARTA TIMUR. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 12(2), 103. <https://doi.org/10.31506/jrk.v12i2.11928>
- Aji, G., Sukardani, P., Setianingrum, V. M., & Indrajayani, G. G. (2023). Interactivity on Government Social Media to Improve Public Services. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 4(1), 12. <https://doi.org/10.37535/103004120232>
- Akmal, M. (2025, Oktober 22). *Simak Tren Pengguna Instagram di Indonesia 2018-2025*. GoodStats.
- Andung, P. A. (2024). *BUKU AJAR SOSIOLOGI KOMUNIKASI* (1 ed.). Scopindo Media Pustaka. [https://www.google.co.id/books/edition/BUKU\\_AJAR\\_SOSIOLOGI\\_KOMUNIKASI/FkA\\_EQAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=karakteristik+masyarakat+di+era+digital&pg=PA145&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/BUKU_AJAR_SOSIOLOGI_KOMUNIKASI/FkA_EQAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=karakteristik+masyarakat+di+era+digital&pg=PA145&printsec=frontcover)
- Ansyar, L., & Junianto. (2023). EVALUASI EFEKTIVITAS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI OLEH HUMAS DIREKTORAT JENDERAL PENGAWASAN SUMBER DAYA KELAUTAN DAN PERIKANAN. *Blantika: Multidisciplinary Jurnal*, 2(2), 158–164. <https://blantika.publikasiku.id/158>
- Apriyansa, A., Pandega, R. L., & Haiqal, D. R. (2025). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @tangerangkota OLEH PEMERINTAH DAERAH KOTA TANGERANG DALAM MENINGKATKAN KUALITAS MEDIA INFORMASI DIGITAL. *TRIWIKRAMA: JURNAL ILMU SOSIAL*, 8, 111–120. <https://doi.org/https://doi.org/10.9963/nrh7h175>
- Artha, K. C. D., & Santoso, H. (2025). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Instagram Oleh Diskominfo Provinsi Jambi Dalam Penyebaran Informasi Kepada Publik. *PROFESSIONAL JURNAL KOMUNIKASI & ADMINISTRASI PUBLIK*, 12(1), 109–116. <https://doi.org/https://doi.org/10.37676/professional.v12i1>
- Kusuma, D. A., Yendra, M., Bakhtiar, R., Takdir, M., Handrina, E., & Wahyudi. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Pola Komunikasi Pemerintah Dan Masyarakat Dalam Era Digital. *EKASAKTI JURNAL PENELITIAN & PENGABDIAN*, 5, 23–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/ejpp.v5i1.1206>
- Badruddin, S., Halim, P., Ismowati, M., & Kurniah, S. A. (2024). *Transformasi Digital Dalam Pelayanan Publik* (1 ed.). Zahir Publishing. [https://www.google.co.id/books/edition/Transformasi\\_Digital\\_Dalam\\_Pelayanan\\_Pub/Br9EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pemanfaatan+media+sosial+oleh+pemerintah&pg=PA137&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Transformasi_Digital_Dalam_Pelayanan_Pub/Br9EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pemanfaatan+media+sosial+oleh+pemerintah&pg=PA137&printsec=frontcover)

- Damayanti, A., Diah Delima, I., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang). *Jurnal Ilmu Komunikasi Media dan Cinema (PIKMA)*, (1), 173–190. <https://jurnal.amikom.ac.id/index.php/pikma/article/view/1308>
- Direktorat Guru Pendidikan Menengah dan Pendidikan Khusus. (2024, Desember 27). *Gerakan 7 Kebiasaan Anak Indonesia Hebat: Membentuk Generasi Berkarakter*. Direktorat Guru Pendidikan Menengah dan Pendidikan Khusus. <https://gtdikmendiksus.kemendikdasmen.go.id>
- Djaffar, R. (2022). JASIMA: JURNAL KOMUNIKASI KORPORASI DAN MEDIA Pola Komunikasi Publik di Era Digital Public Communication Patterns in the Digital Era. *Jurnal Komunikasi Korporasi & Media (JASIMA)*, 3(2), 172–182. <https://doi.org/https://doi.org/10.30872/jasima.v3i2.1294>
- Dwiyanti, U., Auli, M., Cahyanto, H., Baturaja, U., Baturaja, S., Sari, T., & Selatan, S. (2023). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI MEMBANGUN CITRA PADA DIVISI PUBLIC GOVERNMENT & MEDIA RELATION PT SEMEN BATURAJA TBK. *Studia Komunika Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 49–70. <https://doi.org/https://doi.org/10.47995/jik.v6i1.187>
- Ernungtyas, N. F., Irwansyah, Rino, F. B., & Qadrifa, S. S. (2024). EXPLORING THE UTILIZATION OF GOVERNMENT SOCIAL MEDIA AS AN INFORMATION SOURCE. *JURNAL STUDI KOMUNIKASI DAN MEDIA (JSKM)*, 28(2), 135–152. <https://doi.org/10.17933/jskm.2024.5419>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *HUMANIKA: KAJIAN ILMIAH MATA KULIAH UMUM*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>
- Fateqah, B. A., & Nuswardhani, S. K. (2024). *Teori dan praktik metode penelitian kuantitatif kualitatif* (N. Fertikasari, Ed.; 1 ed.). Anak Hebat Indonesia, Yogyakarta. [https://www.google.co.id/books/edition/Teori\\_Dan\\_Praktik\\_Metode\\_Penelitian\\_Kuan/COIPEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Teori+dan+praktik+metode+penelitian+kuantitatif+kualitatif%C2%A0&pg=PA120&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Teori_Dan_Praktik_Metode_Penelitian_Kuan/COIPEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Teori+dan+praktik+metode+penelitian+kuantitatif+kualitatif%C2%A0&pg=PA120&printsec=frontcover)
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. Holt, Rinehart and Winston.
- Hakim, H. A. B. (2021). Optimalisasi media sosial dalam mendukung praktik kehumasan di UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta. *Media Informasi*, 30(1), 30–41.
- Hastrida, A. (2021). PROSES PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL PEMERINTAH: MANFAAT DAN RISIKO. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 25, 149–165. <https://doi.org/https://doi.org/10.33299/jpkop.25.2.3920>
- Hikmat, M. M. (2018). STRATEGI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN CITRA POSITIF DPRD DALAM PERSEPSI RAKYAT DAERAH. Dalam *Jurnal Common* / (Vol. 2). [http://id.wikipedia.org/wiki/Media\\_sosial](http://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial)
- Hill, C. (2025, Juni 26). *The Social Media Metrics to Track in 2025 [Cheatsheet]*. Sprout Social. [https://sproutsocial.com/insights/social-media-metrics/?utm\\_source=chatgpt.com](https://sproutsocial.com/insights/social-media-metrics/?utm_source=chatgpt.com)
- Istighfarin, A., & Istikhomah, F. (2024). Pengelolaan Akun Instagram Resmi Dinas Komunikasi dan Informatika Sebagai Media Pemberitaan Pemerintahan Kab. Madiun. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 1(2), 9. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i2.2208>

- Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah RI. (2024a, Desember 26). *Gerakan 7 Kebiasaan Anak Indonesia Hebat: Membentuk Generasi Berkarakter*. Kemendikdasmen. <https://kemendikdasmen.go.id/siaran-pers/11621-gerakan-7-kebiasaan-anak-indonesia-hebat-membentuk-generasi->
- Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah RI. (2024b, Desember 26). *Gerakan 7 Kebiasaan Anak Indonesia Hebat: Membentuk Generasi Berkarakter*. Kemendikdasmen. <https://kemendikdasmen.go.id/siaran-pers/11621-gerakan-7-kebiasaan-anak-indonesia-hebat-membentuk-generasi->
- Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah RI. (2025, Oktober 19). *Tugas dan Fungsi Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah*. Kemendikdasmen RI. <https://kemendikdasmen.go.id/detail/tugas-fungsi>
- Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah RI, & Destya. (2025, Juni 19). *Media Sosial sebagai Pilar Informasi dalam Mempublikasikan Kebijakan Pendidikan Bermutu untuk Semua*. Portal Kemendikdasmen. <https://internal-portal.kemdikbud.go.id/berita/13056-media-sosial-sebagai-pilar-informasi-dalam-mempublikasikan-kebijakan-pendidikan-bermutu-untuk-semua>
- Kemp, S. (2025, Februari 25). *Digital 2025: Indonesia — DataReportal — Global Digital Insights*. DataReportal. [https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia?utm\\_source=chatgpt.com](https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia?utm_source=chatgpt.com)
- Khan, G. F. . (2017). *Social media for government: a practical guide to understanding, implementing, and managing social media tools in the public sphere*. Springer.
- Kohar, A., Nurhaliza, E., Rahma, S. G., Puspitasari, Y., & Ferdiana, R. (2025). Strategi Komunikasi Digital dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Terhadap Program Pemerintah. *SABER : Jurnal Teknik Informatika, Sains dan Ilmu Komunikasi*, 3(2), 90–98. <https://doi.org/10.59841/saber.v3i2.2550>
- Maheswari, A. T. P., Parahita, B. N., & Purwanto, D. (2023). HIPERREALITAS PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEREPRESENTASIKAN RELASI SOSIAL PERTEMANAN GENERASI Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 8(3), 398–415. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i3.84>
- Ma'ruf, J. J., & Zahara, C. R. (2025). *Pemasaran Pemerintahan: dari Citra Hingga Kepercayaan Publik*. USK Press. [https://www.google.co.id/books/edition/Pemasaran\\_Pemerintahan\\_dari\\_Citra\\_Hingga/pdN4EQAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=media+sosial+pemerintah&pg=PA361&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Pemasaran_Pemerintahan_dari_Citra_Hingga/pdN4EQAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=media+sosial+pemerintah&pg=PA361&printsec=frontcover)
- Maulvi, H. R., Rizal, E., & Lusiana, E. (2023). Peran Media Sosial Bagi Humas Pemerintah. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 92–101. <https://doi.org/10.31294/jkom.v14i1.14939>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. SAGE Publications.
- Muqoffa, A. N. F., Mawar, & Serikandi, N. (2022). MANFAAT SOSIAL MEDIA DALAM E-GOVERNMENT DI INDONESIA. *JURNAL ILMU SOSIAL, PENDIDIKAN DAN HUMANIORA*, 1(3), 42–49. <https://doi.org/https://doi.org/10.56910/jispendiora.v1i3.241>

- Noviani, M., & Hasnawati. (2025). Government Digital Transformation: Understanding the Role of Government Social Media. *Eduvest-Journal of Universal Studies*, 5(1), 253–257. <https://doi.org/https://doi.org/10.59188/eduvest.v5i1.50225>
- Novianti, E., Ruchiyat Nugraha, A., Komalasari, L., Komariah, K., Rejeki, S., & Padjadjaran, U. (2020). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PENYEBARAN INFORMASI PROGRAM PEMERINTAH (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran). *Al Munir: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 11. <https://doi.org/https://doi.org/10.15548/amj-kpi.v0i0.1499>
- Nugraha, A. R., Sjoraida, D. F., Erdinaya, L. K., & Komariah, K. (2020). Komunikasi humas pemerintahan kabupaten/kota di Jawa Barat melalui media digital Instagram. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(2), 221–239. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/jkk.v8i2.26407>
- Nugraha, D. A., Priandono, T. E., Ainiyyah, N. F., & Ilham, Y. (2024). Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi Analisis Isi Konten Media Sosial Instagram Pemerintah Indonesia di Tingkat Kementerian dan Lembaga Content Analysis of Indonesian Government Instagram Social Media Content at the Ministry and Agency Levels. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, 8(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.56873/jimik.v8i2.473>
- Pandiangan, C. U. A., & Ratnasari, E. (2023). HUMAS PEMERINTAH DAN TRANSPARANSI INFORMASI UNTUK MEMBANGUN KEPERCAYAAN PUBLIK. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 7(2), 155–168. <https://doi.org/https://doi.org/10.24853/pk.7.2.155-168>
- Puri, D. A. A., & Setianingrum, V. M. (2025). Strategi Komunikasi Publik dan Statistik Melalui Penggunaan Platform Instagram @Surabaya (Studi Kasus pada Dinkominfo Kota Surabaya). *The Commercium: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 195–204. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/tc.v9i1.64924>
- Pusat Penguatan Karakter. (t.t.). *7 Kebiasaan Anak Indonesia Hebat - Cerdas Berkarakter Kemendikdasmen RI*. Cerdas Berkarakter. Diambil 1 Mei 2026, dari [https://cerdasberkarakter.kemendikdasmen.go.id/gerakan7kebiasaan/?utm\\_source=chatgpt.com](https://cerdasberkarakter.kemendikdasmen.go.id/gerakan7kebiasaan/?utm_source=chatgpt.com)
- Putranto, W. G. (2025, Juni 7). *Data Jumlah Pengguna Internet di Indonesia 2025 Menurut Data We Are Social*. Tribun News.
- Putri, L. R. W. (2025). Analisis Tren Penggunaan UGC di Indonesia dan Dampaknya Terhadap Strategi Pemasaran Bisnis. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 9(1), 132–141. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v9i1.1713>
- Rahmanto, A. N. (2022). Media Sosial dan Persepsi Publik tentang Good Governance pada Pemerintah Daerah di Solo Raya. *JURNAL ILMU KOMUNIKASI (JIK)*, 20(1), 88. <https://doi.org/10.31315/jik.v20i1.6433>
- Rohmah, S., & Fitri, A. N. (2025). Utilization of Social Media Instagram @Diskominfo.Semarang as a Public Information Medium in Improving the Agency's Positive Image. *Journal Commedies*, 2, 9–15. <http://journal.unesa.ac.id/index.php/commedies/>

- Sanapang, G. M., Monalisa, Syam, A., Ardyan, E., & Perdana, C. C. (2025). *Digital Marketing : Strategy & Inovasi Pemasaran Digital* (Efitra, Ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Digital\\_Marketing\\_Strategy\\_Inovasi\\_Pemas/LcY\\_EQAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=karakteristik+instagram&pg=PA58&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Digital_Marketing_Strategy_Inovasi_Pemas/LcY_EQAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=karakteristik+instagram&pg=PA58&printsec=frontcover)
- Septiyani, N. M., Prismadani, N. G., Prasetyo, N. C. A., Salsabila, O. L., Listiyoningsih, R., Putri, R. D. K., Ananingsih, R., Absari, R., Muhammad, R. F., Husandani, R. A., Setyaningsih, S., Andhriany, S., Kristanto, S. D., Cahyati, T. T. R., & Azanny, V. A. (2024). *Manifestasi Public Relations Di Era Digital 4.0*. Nas Media Pustaka.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Manifestasi\\_Public\\_Relations\\_Di\\_Era\\_Digi/vLPuEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Manifestasi_Public_Relations_Di_Era_Digi/vLPuEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Sihite, P. I., Simorangkir, A., & Parhusip, J. (2025). Distribusi Proporsi dan Nilai Rata-rata Penggunaan Media Sosial Instagram Berdasarkan Dataset Publik. *Jurnal Sains Student Research*, 3(1), 131–135. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jssr.v3i1.3237>
- Sugiarto, E. C. (2024, November 21). *Transformasi Komunikasi Publik di Era Digital: Tantangan dan Peluang*. Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia.  
[https://www.setneg.go.id/baca/index/transformasi\\_komunikasi\\_publik\\_di\\_era\\_digital\\_tantangan\\_dan\\_peluang](https://www.setneg.go.id/baca/index/transformasi_komunikasi_publik_di_era_digital_tantangan_dan_peluang)
- Sulistyo, M. F., Sukmajatnika, D. Z., & Syaputra, R. (2024). Using Instagram Reels as a Media for Government Public Service Information. *PERSPEKTIF*, 13(1), 212–220.  
<https://doi.org/10.31289/perspektif.v13i1.10574>
- Teguh, M., Qotrunnada, N. Al, Calysta, K., Bungin, B., & Ahmad, M. K. (2024). Utilizing Instagram for Digital Government Public Relations by Diskominfo Jatim. *Komunikator*, 16(2), 160–171. <https://doi.org/10.18196/jkm.24338>
- Tuhana, V. E., Daga, L. L., Aslam, M., Lada, H., & Edo, J. (2023). Strategi Digital Public Relations Pemerintah Kota Kupang Melalui Media Sosial. *Jurnal Communio : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 297–315.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.35508/jikom.v12i2.9173>
- Umbara, F. W. (2021). User Generated Content di Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bisnis JMSAB 366. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 572–581.  
<https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i2.366>
- We Are Social. (2025a, Februari 4). *INDONESIA DIGITAL 2025 REPORTS*. We Are Social.  
<https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>
- We Are Social. (2025b, Februari 4). *INDONESIA DIGITAL 2025 REPORTS*. We Are Social.  
<https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>
- Wibowo, K. A. T., & Muzakki, M. H. N. (2021). OPTIMALISASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM PELAYANAN MASYARAKAT DI LINGKUNGAN KELURAHAN KLODRAN. *J-Abdi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, (5), 863–866. <https://doi.org/https://doi.org/10.53625/jabdi.v1i5.393>

- Wiratama, P. (2022). Etika Penggunaan Media Sosial Pemerintah dalam Konteks Pelayanan Publik. *SYNTAX LITERATE: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(7), 9173–9182. <https://doi.org/https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i7.7813>
- Yanti, R., & Riofita, H. (2025). Efektifitas Media Sosial Pemerintah dalam Meningkatkan Akses dan Kualitas Pelayanan Publik di Era Digital. *JURNAL PENDIDIKAN TAMBUSAI*, 9, 17095–17097. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jptam.v9i2.28563>
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods 6e*. SAGE Publications.
- Yustia, V., Utomo, I. W., & Emelia, R. I. (2023). Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Informasi Publik Humas Badan Kebijakan Transportasi Kementerian Perhubungan. *Jurnal Pariwisata*, 3(1), 45–51. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/pariwara.v3i1.2793>

