

STRATEGI PROMOSI OBYEK WISATA DAN BUDAYA DI KABUPATEN BELITUNG TIMUR BERBASIS MEDIA SOSIAL

Dyah Kusumawati¹⁾

Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis dan Jakarta
e-mail: dyah.kusumawati@kabis.ac.id*

ABSTRAK

Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi ikut terlibat dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata atau KKN. Melalui Program KKN bertemakan “Merajut Nusantara” yang melibatkan 33 Perguruan Tinggi Swasta yang ada di Lingkungan Kopertis Wilayah III, melakukan beberapa kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kabupaten Belitung Timur. Kegiatan yang dilakukan selama tiga minggu, salah satunya menyoroti bidang pariwisata. Kegiatan pariwisata terbagi menjadi tiga kegiatan yaitu pengembangan media promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Belitung Timur, pembuatan video promosi, dan pengembangan destinasi wisata di Belitung Timur. Ketiga kegiatan saling bersinergi dalam pelatihan teori dan praktek dengan tema “The Power Of Social Media”. Peserta pelatihan adalah pegawai Dinas Budaya dan Pariwisata Belitung Timur, Pegawai Dinas Terkait yang ada di lingkungan Pemkab Belitung Timur, Komunitas Pecinta Wisata dan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dari beberapa kecamatan. Target program adalah membantu memetakan obyek wisata di Belitung Timur dan kemudian dipublikasikan lewat media sosial dan *website* milik Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Belitung Timur. Hasil Pelatihan menunjukkan jumlah *follower* di akun media sosial @visitbelitim meningkat menjadi 1500. Kemampuan dan pemahaman staf bidang promosi sebagai pengelola admin @visitbelitim meningkat dalam memuat konten promosi pariwisata yang diunggah dengan waktu yang tepat dan pemilihan konten yang menarik.

Kata kunci: owun, Belitung timur, media sosial, promosi wisata, kkn merajut nusantara

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah salah satu potensi pendapatan nasional maupun daerah selain industri dan migas. Indonesia dianugrahi oleh kekayaan alam dan budaya, salah satunya adalah Propinsi Bangka Belitung. Wilayah Propinsi Bangka Belitung adalah kepulauan yaitu Pulau Bangka dan Pulau Belitung. Pulau Belitung terdapat dua Kabupaten yaitu Kabupaten Belitung Barat dan Kabupaten Belitung Timur. Nama Belitung menjadi terkenal setelah novel karya Andrea Hirata diangkat ke layar lebar dalam film berjudul “Laskar Pelangi”, film yang bercerita tentang lima orang anak yang tinggal di daerah pertambangan timah memiliki mimpi untuk keliling dunia. Dalam film tersebut mengekspos kekayaan alam di Belitung khususnya pantai yang indah dengan batu granit besar. Wisatawan lokal dan Internasional pun berdatangan ke Belitung, namun hanya ke Belitung Barat sehingga wisatanya pun berkembang. Sementara Kabupaten Belitung Timur yang jaraknya sekitar 60,9 km dengan waktu tempuh 1,5 jam lewat darat dari Belitung Barat, wisata dan budayanya belum banyak terkepose. Wisatawan hanya berkunjung

ke Kecamatan Gantong, karena disana terdapat replika sekolah lascar pelangi dan museum kata. Sementara tempat wisata dan budaya yang ada di Belitung Timur tidak banyak terkespose.

Melalui program kuliah kerja nyata atau KKN Merajut Nusantara yang melibatkan 33 Perguruan Tinggi Swasta yang ada di Lingkungan Kopertis Wilayah III, melakukan beberapa pengabdian kepada masyarakat (PKM) di Belitung Timur. Kalbis Institute sebagai focal point dalam kegiatan KKN Merajut Nusantara. Kegiatan yang dilakukan meliputi pariwisata, kesehatan, pendidikan dan industri kreatif. Dalam kegiatan pariwisata ada empat perguruan tinggi yang terlibat didalamnya yaitu Kalbis Institute, Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti, Akademi Televisi Indonesia, dan Universitas Budi Luhur. Untuk memudahkan pelaksanaan dilapangan kegiatan pariwisata terbagi menjadi tiga kegiatan yaitu pengembangan media promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Belitung Timur, Pembuatan Video Promosi, dan Pengembangan Destinasi Wisata di Belitung Timur.

Dalam bidang pariwisata, Kalbis Institute diwakilkan oleh dua orang dosen dari Program Studi Ilmu Komunikasi Kalbis, kegiatan yang dilakukan oleh pengembangan media promosi pariwisata menggunakan media sosial. Media sosial dipilih karena media sosial menjadi yang efektif untuk menyebarkan informasi tentang budaya dan pariwisata di Kabupaten Belitung Timur. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan Thomas L.Friedman (2007) bahwa *the world is flat*, dunia semakin rata dan setiap orang bisa mengakses apa pun dari sumber mana pun. Sedangkan Richard Hunter (2002) mengungkapkan *world without secrets* bahwa kehadiran media baru (*new media/cybermedia*) menjadikan informasi sebagai sesuatu yang mudah dicari dan terbuka (Dalam Nasurallah, 2016: 1).

1.1 Kondisi Situasi Mitra

Akun media sosial yang dimiliki oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kabupaten Belitung Timus adalah Visit Beltim. Media sosial yang digunakan sebagai media promosi adalah facebook, Instagram (@visitbeltim) dan youtube. Namun kontent atau isi media sosial tersebut jarang diperbaharui sehingga informasinya sudah basi dan tidak menarik. Lebih dari itu, tim admin tidak bisa cara memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan potensi budaya dan destinasi wisata di Kabupaten Belitung Timur.

a. Solusi

Berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi oleh pihak mitra (Disbudpar Belitung Timur), maka tim pariwisata menawarkan beberapa kegiatan yang dimulai pada tanggal 19 Februari sampai 1 Maret, yaitu dengan rincian sebagai berikut:

- a. Memaksimalkan media online dan media sosial untuk promosi wisata di Belitung Timur. Solusi ini ditawarkan karena media online dan media sosial dapat diakses dengan mudah dengan akses internet oleh semua orang dimanapun berada. Menurut Nasrullah (2015: 1) akses terhadap media telah menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang. Itu dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses pengetahuan dari belahan bumi yang berbeda.
- b. Mengajak dan menggerakkan warga Belitung Timur dan pengunjung yang datang ke Belitung Timur untuk mempromosikan tempat wisata sehingga menarik wisatawan lain baik dalam negeri dan luar negeri untuk datang berkunjung ke Belitung Timur.
- c. Membantu membuat strategi promosi pariwisata di Kabupaten Belitung Timur dengan mengutamakan kekhasan dan keunikan tempat-tempat wisata di Belitung Timur. Strategi ini dilakukan dengan tujuan yang diharapkan akan menjadi viral di media sosial. Alyusi (2016: 27-28) menjelaskan hampir semua kelompok manusia, saat ini telah menggunakan teknologi internet untuk berkomunikasi satu sama lain. Untuk berkomunikasi tersebut, seseorang dapat mengambil sudut pandang sosial atau perspektif teknologi. Dalam perspektif sosial, maka orang dapat berkomunikasi satu dengan yang lainnya secara *face to face*, sedangkan dalam perspektif teknologi, seseorang dapat melakukan komunikasi melalui teknologi informasi atau internet.

1.3 Lokasi Mitra

Kabupaten Belitung Timur yang jaraknya sekitar 60,9 kilometer dengan waktu tempuh 1,5 jam perjalanan dari dari kabupaten Belitung Barat. Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Belitung Timur, Jalan Padang, Manggar, Kabupaten Belitung Timur, Kepulauan Bangka Belitung 33512.



Gambar.1.1. Peta Lokasi PKM

METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kabupaten Belitung Timur dilakukan dalam tiga tahap yaitu:

- a. Tahap Awal, tahapan ini terdiri dari observasi dan identifikasi masalah, solusi yang ditawarkan untuk pihak mitra
- b. Tahap Pelaksanaan, tahapan kedua ini mendiskusikan strategi promosi yang akan dilakukan, pemetaan obyek wisata dan pelatihan untuk pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Belitung Timur, dinas-dinas terkait, dan perangkat desa, karang taruna dan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) di wilayah Kabupaten Belitung Timur.
- c. Tahap Akhir, tahapan akhir adalah penerapan hasil pelatihan dengan cara membantu mengisi konten media sosial dan web selama satu minggu, dan pendampingan.

2.1. Tahap Awal

Tahapan awal dua dosen dari Ilmu Komunikasi Kalbis Institute melakukan survey lapangan ke Kabupaten Belitung Timur pada Bulan Desember 2017, kegiatan ini untuk mengamati situasi dan kondisi mitra. Daerah yang dikunjungi adalah Kecamatan Manggar sebagai ibu kota Kabupaten. Kecamatan Manggar merupakan salah satu dari empat kecamatan yang ada di Kabupaten Belitung Timur. Didalam wilayahnya terdapat 10 desa yaitu Desa Lalang, Desa Lalang Jaya, Desa Kurnia Jaya, Desa Padang, Desa Baru Desa Mempaya, Desa Buku

Limau, Desa Sukamandi, Desa Kelubi dan Desa Mengkubang. Ada tiga Desa yang menjadi prioritas untuk diobservasi yaitu Desa Lalang, Desa Baru dan Desa Buku Limau karena ketiga desa tersebut memiliki potensi wisata alam dan bahari. Kemudian setiap perguruan tinggi yang berada di bidang pariwisata membuat rancangan kegiatan. Rancangan kegiatan yang dibuat oleh Kalbis Institute adalah sebagai berikut:

- a) Membantu mengggagas ide dan konsep konten media sosial sebagai media promosi pariwisata di Kabupaten Belitung Timur, berisi informasi yang menarik tentang obyek wisata dan budaya yang ada di Belitung Timur. Media sosial yang digunakan adalah Instagram , youtube dan facebook.
- b) Membuat rancangan kegiatan pelatihan pembuatan video 1 menit, fotografi, dan penulisan kreatif untuk media sosial.

2.2. Tahap Pelaksanaan

Peserta Kuliah Kerja Nyata Merajut Nuntara Belitung Timur dari semua bidang kegiatan berlangsung dari tanggal 19 Februari hingga 2 Maret 2018, dengan rincian kegiatan sebagai berikut:

Tabel 2.1. Pelaksanaan Kegiatan Bidang Pariwisata

Hari dan Tanggal	Kegiatan
Senin, 19 Februari 2018	<p>Kegiatan mulai pukul 14.00 – 17.30</p> <p>Peserta KKN Tematik tiba di Kabupaten Belitung Timur, diterima di kantor Bupati dilanjutkan dengan pengarahan wawasan kebangsaan di Kantor Kecamatan Manggar</p> <p>Kegiatan berlangsung mulai pukul 18.00 – 21.00</p> <p>Mahasiswa dan Dosen Program Pariwisata menuju Desa Lalang, pembagian rumah tinggal di 15 rumah penduduk yang ada di 3 Dusun yaitu Dusun Ban Motor, Dusun Terang Bulan, Dusun Sawah</p>
Selasa, 20 Februari 2018	<p>Kegiatan mulai pukul 14.00 – 17.00, lokasi di ruang rapat Disbudpar Belitung Timur.</p> <p>Team yang tergabung dalam program pariwisata (media sosial + website,</p>

pengembangan wisata, dokumentasi wisata dan profil wisata Belitung Timur bertemu dengan Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Belitung Timur Bapak Helly Tjandra.

Rabu, 21 Februari 2018 **Kegiatan mulai pukul 08.00**

Team Disbudpar khususnya team media sosial dan *website* sudah berkumpul di halaman kantor Desa Lalang kemudian di jemput dengan truk milik pemerintah Kabupaten Belitung Timur menuju kantor Disbudpar Belitim

Pukul 09.00 – 17.00

Pembagian team sesuai program kerja yaitu:

Program Kerja: Pendataan dan Pemetaan Potensi Wisata Beltim

Target: Perkecamatan

Durasi: 5 hari kerja

Output: Data Wisata dan Peta Wisata

Pendataan meliputi: nama tempat wisata. Alamat, data/cerita/deskripsi tempat, rekomendasi waktu kunjung, dilengkapi dengan foto (establish, full shot, medium1, medium2)

Pemetaan Wisata Meliputi :

1. Penyempurnaan peta wilayah perkecamatan
2. Pemberian symbol/foto/nama/jenis wisata pada peta wilayah
3. Pengurutan data/alamat potensi wisata pada sebelah atau bawah peta
4. Pemberian Judul Peta Wisata
5. Pemberian logo, Beltim, Visit Beltim, KKN merajut nusantara, Kopertis 3
6. Finishing, Coloring, convert
7. Output : Cetak/Soft copy untuk web dan sosmed/library

Social Media

- Mendapatkan username dan akun
- Menyamakan usernam dan akun
- Memasukkan link social media ke website

Desain

- Mendapatkan data, foto, *layout*, dokumen lain (catatan cerita)
- Target design untuk menentukan tema yang akan diunggah yaitu Kecamatan Manggar, Kecamatan Gantung dan Kecamatan Senyubuk.

Kamis, 22 Februari
2018

Kegiatan berlangsung dari Pukul 08.30 – 17.00

Team yang ada di Dinas dibagi dalam beberapa pekerjaan, yaitu:

1. Melakukan pelatihan *the power of social media* untuk pegawai internal disbudar khususnya divisi promosi. Materi disampaikan oleh Bintarto Wicaksono (UBL) , Selinia (Esa Unggul), Hartono (Untar) dan Arief (STP Trisakti).
2. Disain, membuat watermark untuk tampilan IG @visitbeltim yang dibuat oleh Iksan (Untar)
3. *Website*, pembuatan ulang website khusus untuk divisi promosi dikerjakan oleh Jodi (IPMI Bisnis)
4. Dua team lanjut mengerjakan pemetaan wilayah yang dikoordinir oleh Reza (UBL)

Jumat, 23 Februari
2018

Kegiatan berlangsung dari pukul 09.00 – 17.00 di Kantor Disbudpar

Team terbagi melakukan kegiatan:

1. Training untuk para SKPD yang ada di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Belitang Timur.
2. Pembuatan Peta Wisata di Kecamatan Manggar yang dilakukan oleh Ujang (Mahasiswa UBL)
3. Membuat konten untuk media cetak Beltim Pos halaman Randevouz (naskah dibuat oleh Dyah Kusuma/ Dosen Pendamping Kalbis Institute)
4. Team sosial media yang dikoordinir oleh Nia (Esa Unggul) dibantu Septiyan (UBL), Aulia (Mercu Buana) secara rutin mengelola Instagram Visit Beltim
5. Arief (Trisakti) dan beberapa mahasiswa membuat konten video untuk diunggah di akun *youtube* milik Disbudpar.

<p>Sabtu, 24 Februari 2018</p>	<p>Kegiatan dari Jam 09.00 – 13.00</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pelatihan untuk ibu-ibu PKK di Desa Lalang, mengenalkan tentang sosial media dan bagaimana mempromosikan makanan khas Belitung Timur lewat media sosial materi disampaikan oleh Ikhsan (Untar) dan Dion (IPMI Bisnis). Kemudian dilanjutkan dengan <i>beauty class</i> dan tutorial hijab oleh Arief (STP Trisakti) sebagai media untuk mengumpulkan ibu-ibu setelah dilakukan sosialisasi tentang sosial media dan penggunaannya untuk mempromosikan Belitung Timur. 2. Jam 13.30 – 17.00 Team bergerak ke Kecamatan Gantung dengan menggunakan Truk dari Pemda Belitung Timur untuk melakukan pengumpulan dan dan pemetaan tempat wisata.
<p>Senin, 26 Februari 2018</p>	<p>Kegiatan dari jam 08.00 – 16.00</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pelatihan dengan Tema <i>The Power Of Social Media</i> untuk komunitas sadar wisata, karang taruna dan staf kecamatan yang ada di Belitung Timur. Peserta yang datang sekitar 20 orang. Pelatihan diberikan oleh Dyah Kusuma (Kalbis), Septiyan (UBL), Aulia (Mercu Buana) di bantu oleh mahasiswa lain ketika praktek. 2. Penyelesaian Peta Destinasi Wisata oleh Ujang (UBL) berkoordinasi dengan divisi Promosi Ibu Cici dan Nanda. 3. Penyelesaian <i>website</i> yang dikerjakan oleh Jodi Siregar
<p>Selasa, 27 Februari 2018</p>	<p>Kegiatan jam 09.00 – 13.30</p> <p>Pelatihan untuk pegawai internal Disbudpar materi tentang membuat video 1 menit untuk Instagram, dari mulai pengambilan gambar hingga editing menggunakan handphone.</p> <p>Kegiatan jam 14.00 – 17.00</p> <p>Mahasiswa dibagi dua team, yaitu team 1 didampingi oleh Agustrijanto (Dosen Pendamping) menuju ke Kecamatan Gantung untuk menyelesaikan video untuk konten Youtube</p> <p>Team 2 didampingi oleh Dyah Kusuma menuju ke Pantai Bukit Batu dan pantai yang ada di sekitar Kecamatan Damar untuk membuat konten video 1</p>

menit untuk Instagram.

**Rabu, 28 Februari
2018**

Kegiatan jam 07.00 – 11.00

Menghadiri Upacara Selamat laut di Pantai Serdang, Desa Baru untuk materi konten media sosial @visitbeltim

Kegiatan jam 12 – 18.00

Team melakukan pengumpulan data tentang obyek bahari dan wisata religi ke Kecamatan Damar berkunjung ke Pantai Burong Mandi dan Vihara Dewi Kwan In, kemudian menuju ke Desa Senyubuk Kelapa Kampit. Berkunjung ke Vihara Kampit, Stoven, Sumur besar peninggalan Belanda.

2.3. Tahap Akhir

Tahap akhir merupakan penerapan dari hasil pelatihan dengan cara mendampingi staf Dinas kebudayaan dan Pariwisata Belitung Timur dalam mengelola akun Instagram @ visitbeltim, dengan cara menyerahkan data-data hasil pemetaan lokasi wisata sebagai berikut:

Table 2.2. Kegiatan Akhir

Kamis, 1 Maret 2018	<p>Kegiatan jam 09.00 – 10.30</p> <p>Penyerahan data-data kepada Pak Peranciscus Arianto selaku penanggung jawab promo di Disbupar</p>
Jumat, 2 Maret 2018	<p>Kegiatan Jam 09 – 12.00</p> <p>Mahasiswa dan Dosen pendamping bertemu Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Belitung Timur berserta seluruh staf. Evaluasi, finalisasi program kerja dan penyerahan peta destinasi wisata kepada Pak Helly Tjandra.</p>

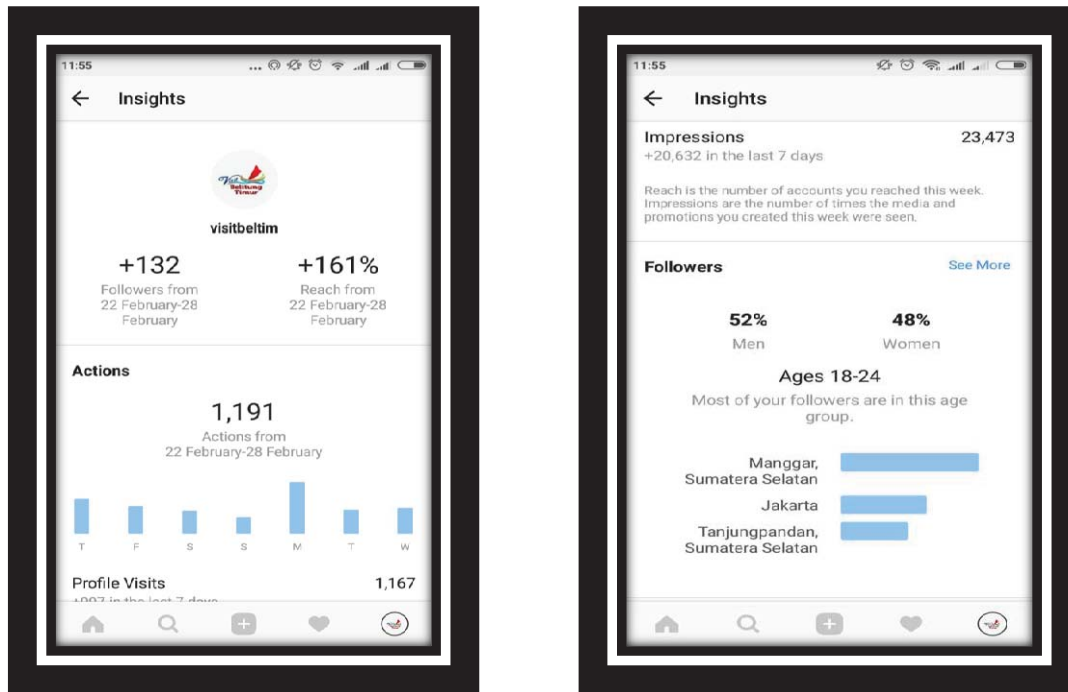
Jam 14.00 – 20.00

Mahasiswa dan dosen pendamping menuju Tanjung Pandan, Pantai Tanjung Tinggi. Kunjungan dilakukan untuk melihat perbandingan wisata dan pengelolaan tempat wisata di Kabupaten Belitung dengan Kabupaten Belitung Timur

2. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian pada masyarakat berlangsung selama dua minggu mulai tanggal 19 Februari – 4 Maret 2018. Dua orang dosen dari Program Studi Ilmu Komunikasi Kalbis Institute bersama dengan dosen dan mahasiswa dari tiga perguruan tinggi lain melakukan kegiatan di bidang pariwisata dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik Marajut Nusantara. Hasil yang didapat adalah media promosi wisata yang digunakan oleh Disbudpar Belitung Timur, dalam dialog ditemukan bahwa instagram dengan akun @visitbelitim secara konten tidak menarik dan waktu unggah atau *upload* konten tidak konsisten dan sedikit. Akun @visitbelitim di Instagram hanya ada 70 post dengan follower 710. Sementara follower Kepala Disbudpar Helly Tjandra mencapai 6600 follower, karena Kepala Disbudpar aktif perkembangan pariwisata di Belitung Timur.

Setelah dilakukan pemetaan obyek wisata kemudian dibuat waktu unggahnya tiap harinya selama dua minggu, terjadi peningkatan jumlah *follower* menjadi 1500 dengan 52% laki-laki dan 48 % perempuan. *Follower* berusia 18 hingga 24 tahun dengan kota asal Mangar, Sumatera Selatan, Jakarta, Tanjung Pandang. Sementara selama satu minggu impressions atau kesan terhadap isi konten akun @visitbelitim mencapai 23, 473. Hal ini menunjukkan bahwa isi konten memiliki kekuatan untuk menyebarkan informasi dan promosi wisata dan budaya di Belitung Timur. Menurut Nasrullah (2016: 33) penyebaran terjadi dalam dua jenis. Pertama melalui konten. Di media sosial, konten tidak hanya diproduksi oleh khalayak pengguna, tetapi juga didistribusikan secara manual oleh pengguna lain. Uniknya, konten tidak hanya sebatas pada apa yang telah terunggah. Konten di media sosial bisa dilihat sebagai bentuk dari upaya individu sebagai pengguna media sosial dan anggota masyarakat *offline*.



Gambar 3.1. Instagram Insights @visitbeltim

3. SIMPULAN DAN SARAN

Sehubungan dengan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan yang telah dilakukan pada tanggal 22, 23 dan 26 Februari 2018 dan pendampingan pada bagian promosi Disbudpar Belitung Timur adalah :

1. Pelatihan dilakukan dalam bentuk teori dan praktik, yang diikuti oleh pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kabupaten Belitung Timur, dinas-dinas terkait yang ada di lingkungan pemerintahan Kabupaten Belitung Timur, perangkat desa, karang taruna dan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Total Jumlah yang hadir setiap pelatihan sekitar 29 orang.
2. Hasil pelatihan para peserta menyadari dan memahami bahwa media sosial harus digunakan dengan bijak.
3. Pelatihan berjalan lancar, semua peserta antusias dan mulai membantu mengupload foto-foto tempat wisata milik mereka. Isi instagram @visitbeltim lebih bervariasi baik foto maupun informasi tentang destinasi wisata di Belitung Timur.

4. Dalam pelatihan lanjutan dengan pegawai Disbudpar Beltim, team media sosial melaporkan perkembangan IG selama dipegang oleh dosen dan mahasiswa yang tergabung dalam PKM yang berada dibawah kegiatan KKN Merajut Nusantara. Jumlah follower meningkat hampir 600 *follower* dari 710 menjadi 1307 *follower*. Kemudian secara perlahan mahasiswa sudah mulai menyerahkan pengelolaan instagram sambil didampingi hingga Kamis (1 Maret 2018).

Saran

Kegiatan pengabdian masyarakat untuk pengembangan wisata di Belitung Timur menggunakan media sosial, bisa digunakan untuk dinas kebudayaan dan pariwisata di wilayah lain. Bentuk pelatihan disesuaikan dengan kebutuhan wilayah masing-masing.

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Kalbis Institute sebagai focal point KKN Merajut Nusantara “Belitung Timur”
2. Pemerintah Kabupaten Belitung Timur
3. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Belitung Timur.
4. Panitia KKN Merajut Nusantara khususnya bidang kegiatan pariwisata STP Trisakti, Universitas Budi Luhur dan ATVI untuk kerjasamanya seluruh dosen dan mahasiswa selama kegiatan KKN.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Nasrullah, R. 2016. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung.
- [2] Alyusi, S.D. 2016. *Media Sosial, Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Kencana. Jakarta