

## Peran Media Sosial Instagram @rumahvaksinasi\_garut dalam Meningkatkan Akses dan Kesadaran Vaksinasi

Hisam Sambadi<sup>1\*</sup>, Iis Zilfah Adnan<sup>2</sup>, Sani Rahman<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informasi, Universitas Garut, Jawa Barat, Indonesia

Email: <sup>1\*</sup>24071121111@fkominfo.uniga.ac.id, <sup>2</sup>iiszilfahadnan@uniga.ac.id, <sup>3</sup>sani.rahman@uniga.ac.id

### Abstract

*This study aims to examine the role of the Instagram account @rumahvaksinasi\_garut in enhancing access to and awareness of vaccination in Garut Regency. Using a qualitative descriptive method and Pierre Levy's New Media theory as the foundation, this research explores how Instagram functions as an interactive and network-based digital communication medium. Data were collected through interviews, observations, and documentation of Instagram content. Thematic analysis was applied to understand how educational content, vaccination schedules, testimonials, and interactive features such as Q&A and polls create an active and responsive communication space. The findings indicate that Instagram @rumahvaksinasi\_garut effectively provides easily accessible vaccination information and fosters an active social interaction space between administrators and the community. Through educational content, testimonials, and interactive features, this account successfully builds trust and community participation in vaccination programs. Consistent and strategic use of social media makes Instagram an effective communication tool to expand vaccination coverage and raise public health awareness in the rapidly evolving digital era.*

**Keywords:** Interactive Social Media, Vaccination Awareness, Pierre Levy Model

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran media sosial Instagram @rumahvaksinasi\_garut dalam meningkatkan akses dan kesadaran vaksinasi di Kabupaten Garut. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan teori New Media Pierre Levy sebagai landasan, penelitian ini menelusuri bagaimana Instagram berfungsi sebagai media komunikasi digital yang interaktif dan berbasis jaringan. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi konten Instagram. Analisis tematik digunakan untuk memahami bagaimana konten edukasi, informasi jadwal vaksinasi, testimoni, dan fitur interaktif seperti tanya jawab dan polling dapat membangun ruang komunikasi yang aktif dan responsif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram @rumahvaksinasi\_garut mampu menyediakan informasi vaksinasi yang mudah diakses dan membangun ruang interaksi sosial yang aktif antara pengelola dan masyarakat. Melalui konten edukasi, testimoni, dan fitur interaktif, akun ini berhasil meningkatkan kepercayaan dan partisipasi masyarakat dalam program vaksinasi. Penggunaan media sosial secara konsisten dan strategis menjadikan Instagram sebagai alat komunikasi yang efektif dalam memperluas cakupan vaksinasi dan meningkatkan kesadaran kesehatan masyarakat di era digital yang terus berkembang.

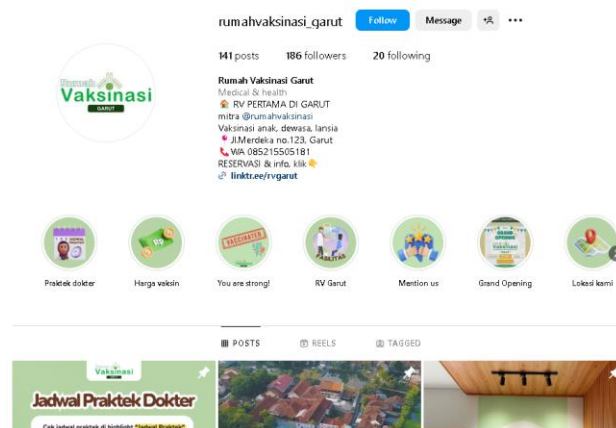
**Kata Kunci:** Media Sosial Interaktif, Kesadaran Vaksin, Model Pierre Levy

## PENDAHULUAN

Media sosial muncul sebagai salah satu saluran komunikasi yang paling efisien dalam bidang teknologi informasi yang berkembang pesat, khususnya di bidang kesehatan. Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan, Instagram, sangat penting untuk menyebarkan pesan-pesan terkait kesehatan kepada masyarakat umum. Salah satu akun yang aktif dalam memberikan informasi terkait vaksinasi adalah @rumahvaksingarut. Akun ini berfokus pada edukasi masyarakat mengenai pentingnya vaksinasi dan berupaya meningkatkan akses serta kesadaran masyarakat terhadap program imunisasi.

Dalam banyak aspek penting, media sosial merupakan bagian integral dari masyarakat sosial. Pertama-tama, media sosial berfungsi sebagai media komunikasi yang menghubungkan individu di seluruh dunia, memungkinkan interaksi langsung meskipun jarak geografis. Media sosial sangat penting untuk mendorong keterlibatan masyarakat dalam kesehatan. Masyarakat dapat dibuat lebih sadar akan masalah atau masalah yang sulit dijangkau dalam kehidupan sehari-hari dengan menggunakan platform ini (Ritonga & Safitriani, 2024). Media sosial juga penting untuk mendorong keterlibatan masyarakat dalam inisiatif kesehatan. Masyarakat dapat lebih menyadari masalah atau kekhawatiran yang sulit dijangkau dalam kehidupan sehari-hari dengan menggunakan platform ini (Oktaviani et al., 2023). Melalui media sosial, rumah vaksinasi dapat mengedukasi masyarakat tentang manfaat dan risiko vaksinasi, serta menjawab pertanyaan atau keraguan yang mungkin muncul. Orang-orang yang secara aktif memanfaatkan media sosial untuk mempelajari tentang vaksinasi biasanya lebih memahaminya dan lebih siap untuk mengambil bagian dalam kampanye imunisasi (Rachmatya Dewi, 2024). Akun Instagram @rumahvaksingarut berfungsi sebagai platform interaktif di mana masyarakat dapat berdiskusi, bertanya, dan mendapatkan jawaban langsung dari tenaga kesehatan. Melalui berbagai konten kreatif seperti infografis, video edukatif, dan sesi tanya jawab, akun ini berusaha meningkatkan kesadaran tentang vaksinasi dan menyebarkan informasi kepada khalayak luas.

Penelitian ini berfokus pada analisis peran media sosial, khususnya media sosial Instagram @rumahvaksingarut, dalam meningkatkan akses dan kesadaran masyarakat terhadap vaksinasi. Penelitian ini akan menganalisis jenis konten yang dibagikan, termasuk format seperti gambar, video, dan infografis, serta pesan-pesan yang disampaikan untuk menarik perhatian masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga akan mengkaji bagaimana perspektif akun tersebut menjawab pertanyaan dan keraguan masyarakat mengenai vaksinasi, sehingga dapat memberikan gambaran tentang efektivitas komunikasi yang dilakukan. Rumah vaksin garut menjadi rumah vaksin yang pertama untuk menyediakan berbagai informasi vaksin dan imunisasi bagi masyarakat Garut, seperti yang terlihat pada gambar 1.



Gambar 1. Akun Instagram Rumah Vaksin Garut (Sumber: Peneliti, 2025)

Media sosial instagram @rumahvaksinasi\_garut adalah sebuah platform yang berfokus pada penyediaan informasi dan layanan vaksinasi di wilayah Garut. Sebagai rumah vaksinasi pertama di daerah tersebut, akun ini memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya imunisasi dan kesehatan. Salah satu layanan utama yang ditawarkan oleh media sosial instagram @rumahvaksinasi\_garut adalah vaksinasi untuk orang-orang dari berbagai kelompok usia, termasuk anak-anak dan orang tua. Akun ini menyediakan berbagai jenis vaksin, termasuk vaksin untuk mencegah pneumonia dan imunisasi lain yang sangat penting bagi kesehatan masyarakat. Dalam upaya untuk mendidik masyarakat, media sosial instagram @rumahvaksinasi\_garut aktif membagikan konten edukatif melalui postingan dan reels. Konten-konten ini tidak hanya menjelaskan pentingnya vaksinasi, tetapi juga memberikan informasi mengenai manfaat dari berbagai jenis vaksin yang ditawarkan (Peneliti, 2025).

Akses dan kesadaran vaksinasi adalah dua aspek penting yang mempengaruhi keberhasilan program imunisasi di masyarakat. Kesadaran vaksinasi mencakup pengetahuan dan pemahaman masyarakat mengenai manfaat vaksin serta pentingnya imunisasi untuk kesehatan individu dan masyarakat. Dalam penelitian ini, kesadaran masyarakat diukur melalui interaksi mereka dengan konten yang diposting oleh akun @rumahvaksinasi\_garut. Akses vaksinasi mencakup ketersediaan layanan vaksinasi, lokasi fasilitas kesehatan, serta kemampuan masyarakat untuk menjangkau tempat-tempat tersebut. Media sosial instagram @rumahvaksinasi\_garut berperan dalam menyediakan informasi mengenai lokasi vaksinasi yang mudah dijangkau (Lisgantini & Fauzi, 2023).

Data empiris penelitian ini menunjukkan bahwa Indonesia pada Januari 2024 mencapai 90 juta. Angka ini menunjukkan bahwa sekitar 31,6% dari total populasi Indonesia menggunakan platform media sosial ini. Dengan jumlah pengguna yang signifikan, Setelah Brasil, Amerika Serikat, dan India, Indonesia memiliki jumlah pengguna Instagram tertinggi keempat di dunia. Jumlah pengguna Instagram di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang stabil. Pada bulan Agustus 2024, laporan dari NapoleonCat mencatat bahwa jumlah pengguna mencapai 90,18 juta, mengindikasikan adanya peningkatan dari bulan-bulan sebelumnya. Ini mencerminkan daya tarik dan relevansi Instagram sebagai platform media sosial dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia (Statista, 2025).

Hasil observasi peneliti dimulai dengan memeriksa jenis konten yang disajikan oleh media sosial instagram @rumahvaksinasi\_garut. Konten-konten tersebut mencakup informasi mengenai jenis vaksin yang tersedia, lokasi vaksinasi, serta manfaat dari vaksinasi itu sendiri. Penggunaan gambar dan video yang menarik secara visual menjadi salah satu ciri khas dari akun ini, yang bertujuan untuk menarik perhatian audiens dan menyampaikan informasi dengan cara yang lebih mudah dipahami. Edukasi masyarakat menjadi salah satu tujuan utama dari konten yang diposting. Melalui berbagai postingan edukatif, akun ini berusaha meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya vaksinasi. Informasi mengenai manfaat vaksin, penjelasan tentang mitos-mitos yang beredar, serta detail mengenai jadwal dan lokasi vaksinasi disampaikan dengan jelas. Ini berkontribusi pada peningkatan pengetahuan masyarakat mengenai imunisasi dan mendorong mereka untuk mengambil langkah proaktif dalam mendapatkan vaksin.

Pierre Levy mendefinisikan *new media* sebagai teori yang mengkaji perkembangan (evolusi) media yang digunakan pada penelitian ini (Ahmad & Syaibani, 2011). *New Media* didefinisikan sebagai media daring berbasis teknologi yang menggunakan internet, bersifat adaptif, memiliki kemampuan interaktif, dan dapat beroperasi baik secara privat maupun publik (Norhabiba & Ragil Putri, 2018). Ciri utama *new media* menurut McQuail

dalam bukunya *Mass Communication Theory* (2011:43) meliputi interkoneksi, aksesibilitas ke audiens di mana individu sebagai pengirim dan penerima pesan, interaktivitas, berbagai aplikasi terbuka, dan pervasif (Ahmadi, 2020). Dalam perkembangan teknologi komunikasi yang sudah banyak digunakan, media sosial merupakan salah satu media yang memiliki kaitan erat dengan pengertian ini. Status media sosial sebagai *new media* membuat para ahli meyakini bahwa teori *new media* berlaku pada keberadaan media.

Dimensi teori *new media* diantaranya digitalisasi, interaktivitas, hypertextuality, jaringan, dan simulasi. Hampir semua jenis komunikasi dan informasi kini dapat diakses dalam format digital, menjadikan digitalisasi sebagai komponen utama *new media*. Interaktivitas menjadi kunci dalam meningkatkan kesadaran vaksinasi. Melalui Instagram, pengguna tidak hanya menerima informasi tetapi juga dapat berinteraksi langsung dengan pengelola akun, mengajukan pertanyaan, dan memberikan umpan balik. Hypertextuality memungkinkan pengguna untuk menjelajahi informasi terkait vaksinasi melalui tautan yang disediakan dalam postingan Instagram. Misalnya, pengguna dapat mengklik tautan untuk mendapatkan informasi lebih lanjut tentang prosedur vaksinasi. Dimensi networked menunjukkan bagaimana media sosial instagram @rumahvaksinasi\_garut terhubung dengan komunitas yang lebih luas. Simulasi menciptakan pengalaman bagi pengguna melalui konten yang interaktif seperti kuis atau polling mengenai pengetahuan vaksinasi (Ahmadi, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti relevan dengan penelitian terdahulu yang berjudul “Peran Media Sosial Dalam Mendorong Diskusi Terbuka Tentang Kesehatan Mental”. Permasalahan pada penelitian ini yaitu memahami bagaimana platform digital membantu meningkatkan kesadaran dan mengurangi stigma seputar masalah kesehatan mental. Temuan penelitian menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi instrumen yang berguna untuk pendidikan publik, meningkatkan kesadaran akan masalah kesehatan mental dan menurunkan stigma. Pengamatan ini penting untuk menyoroti fungsi media sosial dalam advokasi dan komunikasi kesehatan mental bagi para profesional kesehatan mental, legislator, dan masyarakat umum. Penelitian ini menekankan bagaimana media sosial dapat mendorong percakapan yang lebih jujur dan inklusif tentang kesehatan mental (Rakhman et al., 2024). Penelitian lain yang relevan dengan penelitian ini berjudul “Strategi Komunikasi Digital Dalam Meningkatkan Kesadaran Vaksinasi di Kalangan Remaja”. Permasalahan dalam penelitian tersebut adalah menganalisis dampak strategi komunikasi digital di tengah pandemi global akan pentingnya mendapatkan informasi yang akurat tentang vaksinasi, khususnya bagi kelompok remaja yang menjadi target informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital yang interaktif dan partisipatif berhasil meningkatkan kesadaran dan penerimaan vaksinasi di kalangan remaja. Melalui pendekatan komunikasi yang langsung dan transparan, remaja mampu mengakses informasi yang valid serta berpartisipasi dalam diskusi yang konstruktif mengenai vaksinasi. Dengan demikian, strategi komunikasi digital merupakan alat yang esensial dalam upaya meningkatkan kesadaran dan penerimaan vaksinasi pada kelompok usia dini (Sijabat, 2025).

Penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang relevan berjudul “Optimalisasi Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Efektivitas Kampanye Vaksinasi Covid-19 oleh Pemerintah Desa Bulu Cina, Kecamatan Hampan Perak”. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pemerintah desa memanfaatkan media sosial untuk mengkampanyekan vaksin Covid-19 dan seberapa bermanfaat penggunaan media sosial bagi masyarakat. Berdasarkan temuan penelitian, kampanye tersebut belum berjalan. Hasil penelitian menunjukkan beberapa hal yang perlu mendapat perhatian lebih dari Pemerintah Desa, antara lain perlunya informasi yang lebih lengkap bagi masyarakat,

keterbatasan internal dari segi SDM Humas, dan minimnya konten berita mengenai penyiaran media sosial. Ketidakefisienan siaran kampanye di media sosial juga merupakan akibat dari keadaan luar, seperti buruknya akses internet di daerah pedesaan (Tania et al., 2023). Penelitian ini penting karena masih ada kekosongan dalam studi sebelumnya yang fokusnya lebih umum dan nasional, tanpa mengkaji secara mendalam konteks lokal seperti Kabupaten Garut. Banyak penelitian hanya melihat media sosial sebagai saluran penyebaran informasi satu arah, tanpa meneliti bagaimana media sosial bisa menjadi ruang interaksi dua arah yang membangun kepercayaan dan partisipasi masyarakat. Selain itu, belum banyak yang membahas peran media sosial dalam menyediakan akses vaksin tambahan di tingkat lokal. Penelitian ini mencoba mengisi kekosongan tersebut dengan mempelajari secara spesifik bagaimana Instagram @rumahvaksinasi\_garut berperan dalam komunikasi vaksinasi yang efektif dan kontekstual di daerah.

Penelitian ini memiliki nilai kebaruan yang membedakannya dari penelitian sebelumnya. Kebaruan penelitian ini adalah konteks lokal yang diangkat dalam penelitian untuk melihat potensi media sosial untuk meningkatkan kesadaran pentingnya vaksinasi di Kabupaten Garut. Sebagian besar studi terdahulu masih berfokus pada pemanfaatan media sosial secara umum di tingkat nasional atau pada kampanye kesehatan berskala besar, tanpa menyoroti dinamika dan tantangan di tingkat lokal. Penelitian ini secara spesifik mengangkat konteks Kabupaten Garut, sebuah wilayah dengan karakteristik sosial, budaya, dan geografis yang unik, sebagai lokasi kajian. Pendekatan ini memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai bagaimana media sosial, khususnya Instagram @rumahvaksinasi\_garut, dapat diadaptasi dan dioptimalkan untuk meningkatkan kesadaran vaksinasi di masyarakat lokal. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan yang substansial bagi pengetahuan tentang komunikasi kesehatan dan penggunaan media sosial untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang vaksinasi.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti bagaimana penggunaan media sosial dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang pentingnya vaksinasi dan mengkaji taktik komunikasi yang digunakan oleh akun instagram @rumahvaksinasi\_garut untuk menginformasikan vaksinasi kepada masyarakat. Hal ini mencakup jenis materi yang diunggah, cara penyampaiannya, dan cara berkomunikasi dengan masyarakat.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### ***Teori New Media***

Teori *new media* menggambarkan perubahan besar dalam cara berkomunikasi dan mengakses informasi di era digital saat ini (Ahmad & Syaibani, 2011). *New media* bukan hanya sekadar media yang “baru” secara waktu, tetapi lebih pada cara dan karakteristik komunikasi yang berbeda dari media tradisional. Pierre Levy mendefinisikan *new media* sebagai ekosistem informasi yang dinamis, adaptif, dan terbuka. Media ini memungkinkan manusia untuk berinteraksi secara lebih aktif, tidak hanya sebagai penerima pasif informasi, tetapi juga penghasil dan pengebar informasi (Pusvita & Mauliansyah, 2021).

Perspektif pertama dalam teori *new media* adalah pendekatan interaksi sosial, yang memisahkan media menurut kedekatannya dengan kontak langsung. Menurut Pierre Levy, *World Wide Web (WWW)* adalah ekosistem informasi yang terbuka, dinamis, dan adaptif yang memungkinkan orang mempelajari hal-hal baru dan berpartisipasi dalam masyarakat demokratis di mana kekuasaan dibagi dan lebih interaktif. Metode kedua, yang merupakan perspektif integrasi sosial, memandang media sebagai ritual karena menjadi kebiasaan, sesuatu yang formal, dan lebih berharga daripada penggunaan media

itu sendiri, atau bagaimana orang memanfaatkannya untuk membangun masyarakat. Selain berfungsi sebagai sumber informasi, media juga berfungsi menyatukan orang dan menumbuhkan rasa kebersamaan (Feroza & Misnawati, 2020).

Teori *New media* Pierre Levy menyoroti dua elemen kunci yakni interaksi sosial dan integrasi sosial yang menjadi dasar pemahaman media digital modern. Interaksi sosial menyoroti bagaimana media digital memungkinkan konsumen untuk berpartisipasi secara aktif melalui komunikasi dan berbagi informasi selain menerima informasi. Di sisi lain, integrasi sosial menyoroti bagaimana media membantu menciptakan komunitas dan meningkatkan ikatan di antara pengguna jaringan. Instagram @rumahvaksinasi\_garut adalah ilustrasi asli tentang bagaimana platform media sosial dapat mendukung kedua komponen dalam konteks penelitian ini. Akun ini mempromosikan koneksi sosial dengan memungkinkan komunikasi langsung, mengajukan pertanyaan, dan berbagi pengalaman imunisasi melalui elemen interaktif termasuk kisah, pesan langsung, dan komentar. Dalam konteks vaksinasi, media sosial memungkinkan masyarakat tidak hanya menerima informasi, tetapi juga aktif bertanya, berdiskusi, dan berbagi pengalaman, sehingga meningkatkan pemahaman dan kepercayaan terhadap program vaksinasi (Djurkalem et al., 2021).

### ***Instagram @rumahvaksinasi\_garut***

Rumah Vaksinasi Garut adalah fasilitas layanan vaksinasi yang resmi dibuka dan mulai beroperasi pada tanggal 6 Oktober 2024. Lokasinya berada di Jalan Merdeka, Tarogong Kidul, Kabupaten Garut. Rumah Vaksinasi ini merupakan inisiatif dari pihak swasta yang didirikan dengan tujuan mempercepat program vaksinasi di wilayah Garut serta memberikan kemudahan akses vaksin bagi masyarakat. Pemilik Rumah Vaksinasi Garut adalah dr. Putri Auliya Hilfa Lubis, yang menyediakan layanan vaksinasi untuk berbagai kelompok usia, mulai dari bayi hingga lansia, termasuk ibu hamil, traveler internasional, komunitas, dan sekolah.

Media sosial instagram @rumahvaksinasi\_garut adalah akun media sosial yang dikelola oleh perorangan. Rumah Vaksinasi ini bukan milik pemerintah, melainkan milik pribadi yang bekerja sama dengan Dinas Kesehatan Kabupaten Garut dan juga terhubung dengan pemerintah pusat. Keunikan dari Rumah Vaksinasi ini terletak pada penyediaan vaksin tambahan yang bersifat terbatas dan tidak disediakan oleh pemerintah. Dengan demikian, selain vaksin yang disalurkan melalui program pemerintah, masyarakat Garut dapat memperoleh akses terhadap vaksin pelengkap melalui layanan yang disediakan oleh Rumah Vaksinasi ini. Penyediaan vaksin tambahan tersebut tetap berada dalam koridor legalitas dan diawasi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Sebagai media komunikasi, media sosial instagram @rumahvaksinasi\_garut berperan penting dalam menyampaikan informasi terkait jadwal vaksinasi, persyaratan administrasi, prosedur pendaftaran, serta edukasi mengenai vaksinasi kepada masyarakat luas. Selain itu, akun ini juga menyediakan ruang interaktif bagi masyarakat untuk berkonsultasi dan mengajukan pertanyaan sebelum melakukan vaksinasi, sehingga meningkatkan rasa percaya dan kenyamanan pengguna layanan.

Media sosial instagram @rumahvaksinasi\_garut berperan sebagai platform digital yang sangat efektif dalam memperluas akses masyarakat terhadap layanan vaksinasi serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya vaksinasi di Kabupaten Garut. Selain itu, akun ini juga melengkapi program vaksinasi pemerintah dengan menyediakan vaksin tambahan yang bersifat legal dan terpercaya, sehingga mampu memenuhi kebutuhan masyarakat yang belum tercakup oleh layanan vaksinasi pemerintah. Melalui penyajian informasi yang akurat, interaktif, dan mudah diakses, media sosial instagram @rumahvaksinasi\_garut turut mendukung upaya percepatan vaksinasi sekaligus membangun kepercayaan masyarakat terhadap program imunisasi yang sedang berjalan.

## **Peningkatan Akses dan Kesadaran Vaksinasi**

Media sosial instagram @rumahvaksinasi\_garut sebagai akun yang secara khusus mengedukasi dan memfasilitasi vaksinasi di wilayah Garut, menerapkan strategi penyebaran konten edukasi yang informatif dan menarik. Konten yang diunggah berupa infografis, video testimoni, dan informasi jadwal vaksinasi, dirancang untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya vaksinasi serta mempermudah akses terhadap layanan vaksinasi. Pendekatan komunikasi yang transparan dan langsung memungkinkan masyarakat mengakses informasi yang valid dan berpartisipasi dalam diskusi yang konstruktif, sehingga memperkuat pemahaman dan motivasi mereka untuk divaksin. Sosialisasi dan edukasi yang terarah juga terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat. Sebagai contoh, program sosialisasi daring di Desa Bandar Lor berhasil meningkatkan pemahaman dan keinginan masyarakat untuk melakukan vaksinasi dari 52% menjadi 76% setelah pelaksanaan kegiatan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa metode penyampaian informasi yang tepat dan edukasi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dapat secara signifikan meningkatkan kesadaran dan partisipasi dalam program vaksinasi (Hesturini & Swandono, 2022). Hasil tersebut mendukung penelitian ini dengan menunjukkan bahwa penggunaan media digital yang interaktif dan kontekstual, seperti Instagram @rumahvaksinasi\_garut, juga dapat efektif dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam program vaksinasi di tingkat lokal. Akses terhadap layanan vaksinasi juga menjadi faktor kunci dalam cakupan riwayat vaksinasi yang cukup tinggi dan merata. Pedoman teknis Kementerian Kesehatan menekankan pentingnya perluasan akses ke layanan vaksinasi yang terstandarisasi dan berkualitas tinggi, termasuk penyediaan fasilitas yang mudah dijangkau masyarakat serta proses pelayanan yang efisien dan ramah (Hidayat, 2021).

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif kualitatif. Metode kualitatif deskriptif paling cocok untuk penelitian ini karena memungkinkan pemahaman mendalam tentang bagaimana Instagram @rumahvaksinasi\_garut berfungsi dalam komunikasi kesehatan dan meningkatkan kesadaran vaksinasi di konteks lokal. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan deskriptif membantu menjelaskan bagaimana konten, fitur interaktif, dan strategi komunikasi Instagram dapat memengaruhi sikap dan partisipasi masyarakat secara nyata, yang sulit diukur hanya dengan data kuantitatif. Tanpa mengubah faktor yang diteliti, pendekatan ini berfokus pada pengumpulan data kualitatif yang dinyatakan secara deskriptif (Hanyfah et al., 2022). Dalam menganalisis peran Instagram @rumahvaksinasi\_garut, penelitian ini didasarkan pada teori New Media yang dikemukakan oleh Pierre Levy. Dalam konteks Instagram @rumahvaksinasi\_garut, teori New Media ini relevan karena akun tersebut berperan sebagai platform yang memungkinkan masyarakat untuk mendapatkan informasi vaksinasi secara cepat dan mudah diakses (dimensi digitalisasi), sekaligus membuka ruang dialog melalui fitur komentar, direct message, dan story interaktif (dimensi interaktivitas). Hal ini sejalan dengan perspektif Levy tentang *new media*, yang mempromosikan kontak timbal balik dan memberi konsumen kemampuan untuk mengakses dan mengendalikan informasi (Chisendra, 2022).

Wawancara dan dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam konteks penelitian ini, wawancara dapat dilakukan dengan pengelola akun Instagram dan pengguna aktif untuk menggali informasi mengenai pengalaman, persepsi, dan sikap mereka terhadap vaksinasi serta penggunaan media sosial sebagai sumber informasi. Wawancara ini bersifat semi-terstruktur, di mana peneliti memiliki panduan pertanyaan tetapi juga terbuka untuk eksplorasi lebih lanjut

berdasarkan jawaban narasumber. Dokumentasi mencakup pengumpulan data dari berbagai dokumen atau catatan yang relevan, seperti postingan di akun Instagram, statistik interaksi (misalnya jumlah likes, komentar), dan materi promosi terkait vaksinasi. Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mengamati aktivitas dan konten yang diunggah di akun Instagram @rumahvaksinasi\_garut selama tiga bulan, fokus pada jenis informasi vaksinasi, frekuensi posting, serta interaksi pengguna melalui komentar, direct message, dan story. Sedangkan dokumentasi berupa pengumpulan screenshot unggahan, komentar, dan data interaksi lainnya yang dianalisis secara kualitatif dengan mengelompokkan dan menafsirkan isi konten serta pola komunikasi untuk memahami strategi penyampaian informasi dan dampaknya terhadap kesadaran vaksinasi masyarakat.

Narasumber wawancara dipilih secara purposive meliputi pengelola akun Instagram @rumahvaksinasi\_garut yang memahami strategi komunikasi, pengguna aktif yang rutin berinteraksi di akun tersebut, serta masyarakat yang telah menerima vaksin melalui program tersebut. Kriteria ini dipilih agar data yang diperoleh relevan dan mendalam, karena narasumber memiliki pengalaman langsung dan wawasan kaya terkait penggunaan media sosial untuk komunikasi vaksinasi dan dampaknya pada partisipasi masyarakat, sehingga mendukung analisis yang lebih komprehensif dan kontekstual.

Analisis tematik dalam penelitian ini dilakukan dengan mereduksi data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk menemukan pola-pola utama yang relevan, seperti interaksi pengguna, jenis konten edukasi, dan respons masyarakat terhadap vaksinasi. Reduksi data membantu peneliti dalam menghilangkan informasi yang tidak penting dan mengatur informasi penting untuk analisis yang lebih sederhana dalam konteks penelitian kualitatif (Zulfirman, 2022). Data yang sudah dipadatkan kemudian dikodekan untuk mengidentifikasi tema-tema seperti pemanfaatan media sosial sebagai sumber informasi vaksinasi, peran komunikasi dua arah dalam membangun kepercayaan, dan strategi komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan lokal. Misalnya, dari komentar dan pesan pengguna yang sering menanyakan jadwal vaksinasi muncul tema kebutuhan informasi yang akurat dan interaktif. Pendekatan ini membantu menjelaskan peran Instagram @rumahvaksinasi\_garut dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi vaksinasi secara sistematis

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Instagram @rumahvaksinasi\_garut rutin mengunggah konten vaksinasi 10-15 kali per minggu, termasuk jadwal, edukasi, dan testimoni dalam berbagai format. Pengguna aktif berinteraksi lewat komentar dan direct message dengan rata-rata 5 interaksi per postingan (fitur *re-post* testimoni), yang mendapat respons cepat. Fitur story juga digunakan untuk polling dan kuis guna meningkatkan partisipasi. Wawancara menunjukkan akun ini menjadi sumber utama informasi vaksinasi lokal, terutama untuk vaksin tambahan. Dokumentasi interaksi memperlihatkan komunikasi dua arah yang intens dan konten edukasi yang sesuai kebutuhan masyarakat. Instagram tidak hanya menjadi saluran penyebaran informasi satu arah, tetapi juga memfasilitasi terjadinya dialog, diskusi, dan pertukaran pengalaman antar pengguna, sehingga tercipta ruang sosial yang dinamis dan kolaboratif (Jain et al., 2024).

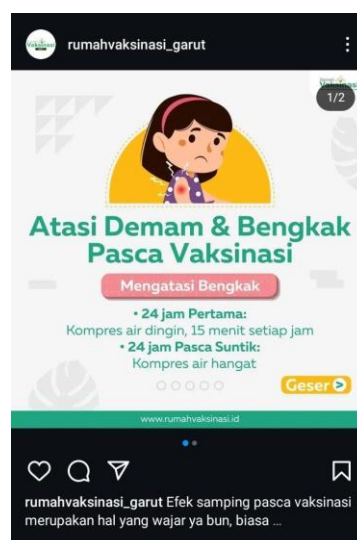
Berdasarkan hasil penelitian, akun Instagram @rumahvaksinasi\_garut bermanfaat sebagai sumber informasi vaksinasi yang lengkap, mulai dari kebutuhan dan jadwal hingga edukasi seputar manfaat dan keamanan vaksin. Penggunaan fitur interaktif seperti komentar, direct message, dan story membuat masyarakat dapat bertanya langsung dan memperoleh klarifikasi, sehingga meningkatkan pemahaman dan mengurangi keraguan terhadap vaksinasi. Selain itu, akun ini juga menyediakan vaksin tambahan yang tidak

tersedia di fasilitas pemerintah sebagai bentuk akses yang lebih luas diberikan kepada masyarakat Kabupaten Garut. Sebagaimana dijelaskan dalam penelitian di Desa Wanaraja, Garut, menemukan bahwa partisipasi masyarakat dalam program vaksinasi masih rendah akibat adanya keraguan yang dipengaruhi oleh hoaks dan informasi yang salah di media sosial (Triana et al., 2023).

Media sosial instagram ini juga berperan dalam membangun komunitas digital yang solid, di mana masyarakat merasa terhubung dan memiliki rasa kebersamaan dalam mendukung program vaksinasi. Pandangan integrasi sosial dalam teori *New Media* menjelaskan bahwa *new media* dapat berfungsi sebagai ritual sosial yang memperkuat identitas dan solidaritas komunitas. Di Garut, komunitas digital yang terbentuk melalui media sosial instagram @rumahvaksinasi\_garut ini turut mendorong motivasi masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam vaksinasi, sehingga kesadaran dan partisipasi masyarakat meningkat secara signifikan. Karakteristik *new media* yang lain, seperti digitalisasi informasi yang mudah diakses kapan saja dan di mana saja, interaktivitas yang memungkinkan komunikasi dua arah, serta jaringan yang menghubungkan berbagai pihak, menjadi faktor kunci keberhasilan media sosial instagram @rumahvaksinasi\_garut. Informasi yang disajikan tidak hanya berupa teks, tetapi juga gambar, video, dan infografis yang menarik dan mudah dipahami, sesuai dengan dimensi hipertekstual yang dapat memudahkan audiens untuk bisa mengakses informasi yang mereka butuhkan dengan cepat.

Dari sisi efektivitas komunikasi, media sosial instagram @rumahvaksinasi\_garut mampu menginternalisasi pesan edukasi vaksinasi kepada masyarakat, membangun identifikasi sosial sebagai bagian dari komunitas yang peduli kesehatan, dan menciptakan ketundukan atau kepatuhan sukarela terhadap anjuran vaksinasi. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial sebagai *new media* tidak hanya efektif dalam menyampaikan informasi, tetapi juga dalam membentuk sikap dan perilaku positif masyarakat terhadap vaksinasi, seperti yang dikatakan oleh informan selaku Direktur Rumah Vaksinasi Garut.

Berdasarkan pernyataan informan, peran strategis media sosial instagram memungkinkan pengelola akun, seperti Rumah Vaksinasi atau instansi kesehatan, untuk menyampaikan informasi secara langsung kepada masyarakat. Kemampuan instagram untuk menyajikan konten edukasi yang menarik dan mudah dipahami seperti infografis, video pendek, dan testimoni, membantu meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya vaksinasi serta mengurangi keraguan yang sering muncul akibat informasi yang simpang siur, seperti yang sudah diterapkan melalui media sosial instagramnya di bawah ini:



Gambar 2. Konten Edukasi Rumah Vaksinasi Garut

Gambar ini menyajikan informasi kesehatan pasca vaksinasi secara visual yang mudah dipahami, mendukung dimensi digitalisasi dengan memperluas akses edukasi. Fitur “geser” memungkinkan pengguna mengeksplorasi informasi lebih lanjut, mencerminkan hipertekstualitas. Selain itu, gambar ini memicu interaksi aktif di kolom komentar, memperkuat komunikasi dua arah antara pengelola akun dan masyarakat, yang penting untuk membangun kepercayaan dan mengurangi keraguan vaksinasi.

### Digitalisasi

Penggunaan Instagram @rumahvaksinasi\_garut untuk menyajikan informasi vaksinasi dalam bentuk konten digital yang beragam dan rutin menunjukkan bagaimana digitalisasi memudahkan akses dan penyebaran informasi secara cepat dan luas. Konten-konten ini selalu diperbarui secara berkala, memberikan informasi terbaru tentang jadwal vaksinasi, jenis vaksin yang tersedia, serta prosedur pendaftaran.



Gambar 3. Konten Prosedur Pendaftaran Rumah Vaksinasi Garut

Desain konten yang informatif ini menampilkan ilustrasi yang ramah dan petunjuk langkah-langkah yang jelas, sehingga memudahkan masyarakat dari berbagai kalangan untuk memahami proses pendaftaran. Digitalisasi ini penting karena memungkinkan masyarakat, terutama generasi muda yang lebih akrab dengan media digital, memperoleh informasi yang akurat dan terkini tanpa harus datang langsung ke fasilitas kesehatan. Secara praktis, ini mempercepat penyebaran edukasi kesehatan dan meningkatkan cakupan vaksinasi. Secara teoretis, digitalisasi mendukung gagasan Levy bahwa *new media* mengubah cara informasi dikonsumsi dan didistribusikan, dari format tradisional ke bentuk digital yang lebih fleksibel dan mudah diakses.

### Interaktivitas

Media sosial Instagram @rumahvaksinasi\_garut sangat aktif dalam membangun komunikasi dua arah dengan pengikutnya. Melalui fitur komentar, *direct message* (DM), dan story interaktif seperti polling dan sesi tanya jawab, masyarakat dapat langsung mengajukan pertanyaan dan mendapatkan jawaban cepat dari pengelola akun atau tenaga kesehatan yang terlibat. Misalnya, banyak pertanyaan terkait keamanan vaksin,

persyaratan pendaftaran, dan lokasi vaksinasi yang dijawab secara responsif. Interaktivitas ini membantu mengurangi keraguan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap program vaksinasi yang dijalankan. Melalui komentar, pesan langsung, dan fitur narasi, administrator akun dan pengguna dapat terlibat aktif dalam percakapan yang membangun keterlibatan dan kepercayaan komunitas, bukan sekadar bertukar informasi. Menurut penelitian, media sosial interaktif lebih berhasil dalam mengubah perilaku dan meningkatkan keterlibatan dalam inisiatif kesehatan masyarakat, yang menjadikan interaktivitas ini penting.

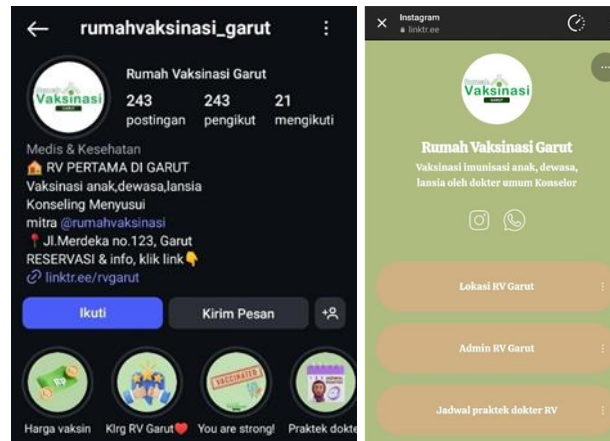


Gambar 4. Story Instagram Rumah Vaksinasi Garut

Konsistensi Rumah Vaksinasi Garut dalam melakukan pembaruan story secara rutin di Instagram menunjukkan tingkat keaktifan yang tinggi dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi dengan masyarakat. Pendekatan yang ramah dan interaktif ini membantu membangun kepercayaan antara Rumah Vaksinasi Garut dan masyarakat. Ketika masyarakat merasa didengar dan mendapat informasi yang jelas, mereka pun lebih termotivasi untuk ikut vaksinasi dan menjaga kesehatan keluarga. Ini menunjukkan bahwa Instagram @rumahvaksinasi\_garut tidak hanya menyalurkan informasi satu arah, tetapi juga memfasilitasi dialog dan keterlibatan aktif antara penyedia informasi (pengelola akun) dan penerima informasi (masyarakat), sejalan dengan konsep interaksi sosial Levy.

### ***Hypertextuality***

Fitur Instagram yang memungkinkan pengguna mengeklik tautan dalam cerita atau bio untuk mendapatkan informasi lebih lanjut merupakan contoh hipertekstualitas, yaitu penyajian informasi secara non-linier yang dapat dieksplorasi berdasarkan kebutuhan pengguna. Hal ini penting karena meningkatkan pengetahuan dan kepercayaan terhadap vaksinasi dengan memungkinkan individu untuk mengeksplorasi informasi yang lebih mendalam dan pribadi. Selain itu, penggunaan hashtag yang tepat dan relevan seperti #VaksinGarut atau #RumahVaksinasiGarut membuat konten yang diunggah menjadi lebih mudah ditemukan oleh masyarakat yang mencari informasi seputar vaksinasi di wilayah Garut.



Gambar 5. Penggunaan Hypertextuality Instagram Rumah Vaksinasi Garut

Gambar di atas menunjukkan tampilan linktree yang digunakan oleh Instagram @rumahvaksinasi\_garut. Pada tampilan tersebut, pengguna dapat dengan mudah mengakses berbagai informasi penting hanya dengan satu kali klik, seperti lokasi Rumah Vaksinasi Garut, kontak admin, jadwal praktik dokter, harga & info promo, hingga tanya jawab seputar layanan vaksinasi. Secara teoritis, hipertekstualitas mendukung gagasan Levy tentang media informasi baru yang menciptakan jaringan yang mudah diakses dan saling terhubung, sementara secara praktis, hal ini mendorong literasi digital dan peningkatan kesehatan.

### Jaringan (*Networkerd*)

Akun ini berperan sebagai pusat jaringan komunikasi yang menghubungkan masyarakat dengan berbagai pihak, termasuk Dinas Kesehatan Kabupaten Garut, tenaga kesehatan, dan penyedia vaksin swasta. Melalui kolaborasi ini, Instagram @rumahvaksinasi\_garut tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga memfasilitasi akses vaksin tambahan yang legal dan tidak tersedia di fasilitas pemerintah. Jaringan yang terbentuk memungkinkan penyebaran informasi yang lebih luas dan memperkuat sinergi antar-pihak dalam mendukung program vaksinasi di wilayah Kabupaten Garut.



Gambar 6. Konten Rumah Vaksinasi Garut Kolaborasi dengan Rumah Vaksinasi Cikupa

Pada postingan di atas, terlihat adanya kolaborasi antara Rumah Vaksinasi Garut dan Rumah Vaksinasi Cikupa, yang ditunjukkan melalui logo kedua klinik di bagian atas layar. Kolaborasi ini memperluas jejaring komunikasi dan memperkuat peran Instagram sebagai pusat informasi kesehatan yang menghubungkan masyarakat dengan berbagai pihak terkait. Media sosial Instagram @rumahvaksinasi\_garut menjadi penghubung antara masyarakat, tenaga kesehatan, dan klinik-klinik vaksinasi di berbagai wilayah. Melalui platform ini, masyarakat dapat mengakses informasi, bertanya, serta mendapatkan layanan kesehatan dari berbagai pihak yang berkompeten tanpa harus datang langsung ke lokasi yang berbeda-beda. Akun ini tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga membangun koneksi dan memfasilitasi aliran informasi di antara komunitas, memperkuat konsep integrasi sosial yang ditekankan oleh Levy.

### **Simulasi**

Penggunaan testimoni dan konten visual di Instagram @rumahvaksinasi\_garut menciptakan simulasi pengalaman vaksinasi yang memungkinkan masyarakat "merasakan" proses vaksinasi secara virtual sebelum melakukannya. Hal ini penting karena simulasi dapat mengurangi kecemasan dan ketakutan, meningkatkan kesiapan dan motivasi masyarakat untuk divaksin. Secara praktis, simulasi membantu membangun kepercayaan dan mengatasi hambatan psikologis:



Gambar 7. Story Testimoni Pasien di Instagram Rumah Vaksinasi Garut

Gambar di atas merupakan salah satu unggahan story dari Instagram @rumahvaksinasi\_garut yang menampilkan testimoni pengguna layanan. Dalam story ini, terlihat seseorang yang membagikan pengalaman positifnya setelah berkonsultasi dan mendapatkan vaksinasi di Rumah Vaksinasi Garut. Pendekatan ini juga membantu mengatasi misinformasi dan ketakutan yang sering beredar di masyarakat, sekaligus meningkatkan pemahaman tentang manfaat dan keamanan vaksin. penyajian video testimoni di Instagram @rumahvaksinasi\_garut dilakukan dengan cara yang menarik dan mudah diakses, sehingga pesan edukasi tersampaikan secara efektif kepada berbagai kalangan usia dan latar belakang. Hal ini memberikan kredibilitas teoritis pada pendapat Levy bahwa dunia virtual yang diproduksi oleh *new media* memiliki kekuatan untuk secara mendalam memengaruhi sikap dan perilaku pengguna.

## PENUTUP

Instagram @rumahvaksinasi\_garut telah membuktikan sebagai platform komunikasi yang strategis dan relevan dalam konteks kesehatan masyarakat modern. Melalui pemanfaatan fitur-fitur media sosial yang dinamis dan interaktif, akun ini mampu menjembatani kesenjangan informasi dan pelayanan vaksinasi, sekaligus membangun kepercayaan serta motivasi masyarakat untuk berpartisipasi aktif. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya sekadar alat penyebaran informasi, melainkan juga ruang dialog yang mampu mengubah sikap dan perilaku masyarakat secara positif. Pendekatan komunikasi yang adaptif dan berbasis teknologi digital menjadi kunci penting dalam memperkuat sistem imunisasi di era yang semakin mengandalkan teknologi informasi.

Guna meningkatkan efektivitas Instagram @rumahvaksinasi\_garut sebagai media komunikasi kesehatan, pengelola perlu terus mengembangkan konten yang lebih variatif dan inklusif. Konten yang tidak hanya bersifat edukatif, tetapi juga menarik dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan masyarakat akan mampu menjangkau audiens yang lebih luas. Misalnya, penggunaan video pendek, animasi, serta cerita pengalaman nyata dari pasien dapat meningkatkan keterlibatan dan memperkuat pesan edukasi. Kolaborasi dengan tokoh masyarakat, tenaga kesehatan, dan influencer lokal juga menjadi strategi penting yang perlu diperkuat. Melalui keterlibatan figur yang dipercaya oleh masyarakat, pesan vaksinasi dapat disampaikan dengan cara yang lebih personal dan relatable, sehingga mampu meningkatkan motivasi dan kepercayaan masyarakat untuk mengikuti vaksinasi

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, & Syaibani. (2011). *New Media Teori dan Aplikasi*. Lindu Pustaka.
- Ahmadi, M. (2020). Dampak Perkembangan New Media Pada Pola Komunikasi Masyarakat. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 26–37. <https://ejournal.iai-tabah.ac.id/index.php/alamtaraok/article/view/499>
- Chisendra, I. A. (2022). *AKUN INSTAGRAM @PORTALSEMARANG TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI BAGI MASYARAKAT KOTA SEMARANG*. Universitas Semarang.
- Djurkalem, M., Tamaela, J., Soplanit, C., Souhaly, F., & Nifmaskossu, E. (2021). KOMUNIKASI KESEHATAN DI PLATFORM DIGITAL: ANALISIS SISTEMATIS EFEKTIVITAS PENYEBARAN INFORMASI MEDIS MELALUI MEDIA SOSIAL. *Jurnal BADATI Ilmu Sosial & Humaniora*, 5(2), 160–180.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii\_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32–41. <https://doi.org/10.33557/ji.v15i1.2204>
- Hanyfah, S., Fernandes, G. R., & Budiarmo, I. (2022). Penerapan Metode Kualitatif Deskriptif Untuk Aplikasi Pengolahan Data Pelanggan Pada Car Wash. *Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset Dan Inovasi Teknologi)*, 6(1), 339–344. <https://doi.org/10.30998/semnasristek.v6i1.5697>
- Hesturini, R. J., & Swandono, H. U. (2022). Sosialisasi “Generasi Muda Sadar Vaksinasi.” *Journal of Community Engagement and Employment*, 4(1), 28–32. [https://www.academia.edu/download/80623027/Energy\\_20Conflicts\\_\\_20The\\_20role\\_20of\\_20scientific\\_20evidence.pdf](https://www.academia.edu/download/80623027/Energy_20Conflicts__20The_20role_20of_20scientific_20evidence.pdf)

- Hidayat, M. B. (2021). Petunjuk Teknis Pelaksanaan Vaksinasi dalam Rangka Penanggulangan Pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19). In *Kementerian Kesehatan RI, Direktur Jenderal Pencegahan dan Pengendalian Penyakit* (Vol. 4247608, Issue 021, p. 114). <https://www.kemkes.go.id/article/view/19093000001/penyakit-jantung-penyebab-kematian-terbanyak-ke-2-di-indonesia.html>
- Jain, M., Sharma, P. K., Kamboj, K., & Shyam, A. (2024). The Impact of Social Media on Medical Education and Health-care Communication. *Journal of Orthopaedic Case Reports*, 14(9), 1–3. <https://doi.org/10.22178/pos.103-8>
- Lisgantini, R., & Fauzi, A. (2023). Tingkat Kesadaran Masyarakat Dalam Program Vaksinasi Covid-19 Di Desa Cikarageman Setu Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ilmiah Keperawatan (Scientific Journal of Nursing)*, 9(4), 312–320. <https://doi.org/10.33023/jikep.v9i4.1650>
- Norhabiba, F., & Ragil Putri, S. A. (2018). Hubungan Intensitas Akses *New media* Dan Kualitas Interaksi Lingkungan Sekitar Pada Mahasiswa Untag Surabaya. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 8. <https://doi.org/10.14710/interaksi.7.1.8-15>
- Oktaviani, A., Maulana, A., & Firmansyah, R. (2023). Peranan Media Sosial Facebook dalam Meningkatkan Komunikasi Pemasaran di Era Digital. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 143–150. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v2i2.1592>
- Pusvita, & Mauliansyah, F. (2021). POLA PRODUKSI BERITA PADA WEBSITE [www.acehbaratdayakab.go.id](http://www.acehbaratdayakab.go.id) SEBAGAI MEDIA INFORMASI HUBUNGAN MASYARAKAT PEMERINTAH ACEH BARAT DAYA. *JIMSI : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi*, 1(2), 95–102.
- Rachmatya Dewi, A. (2024). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pengambilan Keputusan Berkelanjutan Vaksinasi Covid-19. *Anuva*, 8(1), 173–186.
- Rakhman, Z. A., Florina, I. D., & Edy, S. (2024). Peran Media Sosial Dalam Mendorong Diskusi Terbuka Tentang Kesehatan Mental. *Publicomm : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 34–40.
- Ritonga, R. R., & Safitriani. (2024). Peran Media Sosial dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Tentang Pentingnya Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan Desa. *Jurnal Ilmiah Nusantara (JINU)*, 1(4), 754–770. <https://doi.org/10.22146/kawistara.737149>
- Sijabat, H. H. (2025). STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN. *Journal of Community Dedication*, 5(1), 22–29.
- Statista. (2025). *Countries with the largest TikTok audience as of July 2024*. Statista Research Department. <https://www.statista.com/statistics/1299807/number-of-monthly-unique-tiktok-users/>
- Tania, C. D., Saragih, M. Y., & Deni, P. I. F. (2023). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Efektivitas Kampanye Vaksinasi Covid-19 oleh Pemerintah Desa Bulu Cina, Kecamatan Hamparan Perak. *Communication & Social Media*, 3(2), 58–67. <https://doi.org/10.57251/csm.v3i2.1232>

Triana, Y., Agustina, N., & Nuraisyah, L. D. (2023). Partisipasi Masyarakat Dalam Program Vaksinasi Covid-19 Di Desa Wanaraja Kecamatan Wanaraja Kabupaten Garut. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 9(4), 748–768.

Zulfirman, R. (2022). Implementasi Metode Outdoor Learning dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Agama Islam di MAN 1 Medan. *Jurnal Penelitian, Pendidikan Dan Pengajaran: JPPP*, 3(2), 147–153. <https://doi.org/10.30596/jppp.v3i2.11758>