



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 3 Tahun 2025 Page 1447-1457

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Peran Social Media Specialist dalam Meningkatkan Kesadaran Peduli Sampah Melalui Instagram @synergynara

Aldi Peragi^{1✉}, Wirda Yulita Putri²

Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi InterStudi

Email: sembiringaldi5@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Teknologi telah menjadi pendorong utama dalam perubahan cara kita berkomunikasi, dan salah satu dampak positifnya adalah munculnya berbagai profesi, termasuk Social Media Specialist. Nara Synergy adalah salah satu lembaga yang secara aktif memanfaatkan media sosial Instagram untuk mengkampanyekan isu-isu lingkungan. Di Indonesia, kesadaran terhadap sampah masih menjadi tantangan besar, menurut data sekitar 72% masyarakat belum menunjukkan kesadaran yang memadai terhadap permasalahan ini. Urgensi penelitian ini terletak pada pemahaman yang mendalam tentang bagaimana seorang Social Media Specialist dalam meningkatkan kesadaran peduli sampah melalui media sosial Instagram @synergynara. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui "Peran Social Media Specialist Dalam Meningkatkan Kesadaran Peduli Sampah Melalui Media Sosial Instagram @synergynara". Dalam analisis ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang mencakup pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran Social Media Specialist sangat penting dalam mengelola media sosial. Namun, jika dilihat dari aktivitas Instagram @synergynara, masih terdapat ruang untuk meningkatkan frekuensi dan kualitas interaksi dengan audiens. Dengan pendekatan yang lebih proaktif dan kreatif, diharapkan kesadaran masyarakat terhadap isu sampah dapat lebih meningkat. Dengan demikian, peran Social Media Specialist tidak hanya sebagai pengelola media saja, tetapi dapat juga sebagai ujung tombak perubahan yang dapat menginspirasi dan mendorong tindakan positif di masyarakat.

Kata Kunci: *Social Media Specialist, Instagram, Nara Synergy*

Abstract

Technology has greatly influenced how people communicate and has led to the creation of new professions, such as Social Media Specialists, who play an essential role in connecting organizations with audiences. One example is Nara Synergy, an organization that uses Instagram to actively promote environmental issues, particularly focusing on waste awareness. In Indonesia, waste remains a significant concern, with data showing that approximately 72% of the public lacks sufficient awareness of the issue. This study aims to understand how a Social Media Specialist can utilize Instagram, specifically through @synergynara, to boost waste awareness. The research objective is to examine "The Role of Social Media Specialists in Raising Awareness of Waste Care through Instagram Social Media @synergynara." Using a descriptive qualitative approach, the study collects data through interviews, observations, and documentation. The findings highlight that Social Media Specialists play a crucial role in managing platforms effectively, yet there is room for improvement in the quality and frequency of engagement with the audience. By implementing a more proactive and innovative approach, public understanding of waste issues is likely to increase. Therefore, the Social Media Specialist's role extends beyond simply managing content; they act as agents of change, inspiring and motivating society toward positive actions for a cleaner environment.

Keywords: *Social Media Specialist, Instagram, Nara Synergy*

PENDAHULUAN

Teknologi mengubah media komunikasi, yang merupakan alat untuk menyampaikan pesan. Sebagai makhluk sosial, kita tidak bisa berkomunikasi tanpa saling menyampaikan informasi. Komunikasi tidak hanya dilakukan secara langsung, tetapi juga melalui media (Reynata Eka, 2022). Media baru telah mengubah cara komunikasi dengan memperkenalkan era baru di mana interaksi tidak lagi satu arah. Sebelumnya, komunikasi media hanya menyajikan konten untuk dinikmati penikmatnya, namun seiring perkembangan, kini masyarakat dapat ikut berkontribusi dalam menciptakan konten tersebut (Ananda Rezky, 2021). Instagram, sebagai media sosial populer dengan pengguna yang banyak, tidak hanya digunakan untuk memposting foto atau video, tetapi juga untuk berinteraksi antar pengguna. Instagram telah menjadi media yang efektif, memberikan manfaat di bidang fotografi, bisnis, dan penyampaian informasi (Putri Alyssa & Artemis Andrian, 2020).

Selain itu, di dunia media sosial terdapat beberapa profesi seperti Social Media Strategist, *Social Media Analyst*, dan *Social Media Specialist*. Seorang *Social Media Strategist* bertugas merencanakan strategi pengelolaan media sosial, membuat kampanye, dan menyesuaikan konten dengan target pasar. *Social Media Analyst* menganalisis kampanye media sosial dan memberikan data terkait. Sedangkan *Social Media Specialist* bertanggung

jawab dalam memproduksi, mengelola, dan membuat konten kreatif untuk media sosial, serta memahami tren terkini (Latifatunnisa, 2020). Penelitian ini akan fokus pada peran *Social Media Specialist*.

Nara Synergy adalah lembaga yang aktif memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, untuk berkampanye mengenai isu lingkungan. Lembaga ini berfokus pada layanan lingkungan dan mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs). Lingkungan merupakan tempat hidup bagi semua makhluk dan sangat berpengaruh pada kesehatan serta kesejahteraan sosial masyarakat, sehingga setiap individu memiliki tanggung jawab untuk menjaga kelestariannya. Masalah lingkungan, seperti sampah di Indonesia, berdampak besar pada keberlangsungan hidup masyarakat (Sugandi et al., 2022). Sampah menjadi masalah besar yang sulit diatasi, terutama di Indonesia, di mana 72% masyarakat masih kurang peduli terhadap permasalahan sampah (Nua, 2021). Sampah dapat ditemukan di berbagai tempat, seperti jalan raya, selokan, sungai, hingga laut, yang semuanya tercemar akibat sampah. Kurangnya kesadaran untuk mengelola sampah menyebabkan kerusakan lingkungan, penurunan kebersihan, dan pencemaran yang dapat menimbulkan penyakit serta membuat lingkungan terlihat kotor dan kumuh (Rahmadani, 2020).

Pada dasarnya lingkungan yang bersih sangat bergantung pada kesadaran masyarakat untuk menjaga kelestariannya. Kesadaran ini merupakan usaha bersama warga negara untuk membangun etika lingkungan yang mendukung pelestarian alam. Tingkat kesadaran masyarakat tentang pentingnya lingkungan hidup menjadi faktor utama yang memengaruhi sikap mereka dalam menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan (Dwi Jayanti et al., 2023).

Akun Instagram @synergynara telah memposting berbagai konten informasi yang mengajak masyarakat untuk bebas sampah, serta memberikan solusi tentang cara menangani sampah organik dan non-organik di sekitar lingkungan. Di Nara Synergy, aktivitas media sosial dikelola oleh seorang Social Media Specialist yang bertugas membuat konten, seperti wawancara dan informasi tentang event, untuk dibagikan di media sosial. Hal ini berperan penting dalam kampanye bebas sampah di Instagram @synergynara, sehingga pengguna Instagram lainnya dapat mengakses dan mendapatkan informasi menarik mengenai gerakan bebas sampah.

Penelitian terkait atau serupa yaitu "*Peran Social Media Specialist* dalam meningkatkan Promosi dan Citra Syariah di Akun Instagram @modalku" melalui digital marketing Dalam penelitian ini menjabarkan bagaimana peran *Social Media Specialist* dalam meningkatkan

promosi citra syariah melalui Instagram @modalku dan metologi yang digunakan adalah kualitatif yang bersifat deskriptif (Naddiya, 2021).

Urgensi penelitian ini terletak pada pemahaman mendalam tentang *Social Media Specialist* dapat meningkatkan kesadaran peduli sampah melalui media sosial Instagram @synergynara. Objek penelitian yang dipilih peneliti ini berdasarkan observasi, wawancara dan dokumentasi. Pada saat pelaksanaan peneliti akan mengumpulkan data yang melibatkan pengamatan langsung oleh peneliti terhadap subjek penelitian. Peneliti berharap bisa menyelesaikan penelitian ini sampai tuntas dan mendapatkan sumber data yang valid. Dari latar belakang diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui "Peran *Social Media Specialist* dalam Meningkatkan Kesadaran Peduli Sampah Melalui Media Sosial Instagram @synergynara".

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan ini berfokus pada pengumpulan data yang bukan berupa angka, melainkan data yang berasal dari dokumen, catatan lapangan, hasil wawancara, dokumen pribadi, dan catatan memo, seperti yang dijelaskan oleh Nazir dalam (Christian, 2019). Metode deskriptif merupakan metode yang mempelajari status suatu kelompok manusia, objek, kondisi tertentu, sistem pemikiran, atau peristiwa yang terjadi pada saat ini. Oleh karena itu, penelitian ini mengadopsi paradigma post-positivisme, di mana hubungan antara peneliti dan realitas bersifat interaktif. Post-positivisme ditandai dengan karakteristik reduksionis, logis, empiris, berorientasi pada sebab-akibat, serta deterministik yang didasarkan pada teori a priori (Batubara, 2017).

Berdasarkan pernyataan yang telah dirumuskan pada latar belakang, dalam penelitian akan bertujuan untuk menganalisis bagaimana peran *Social Media Specialist* dalam meningkatkan kesadaran peduli sampah melalui instagram @synergynara.

Dalam memperoleh informasi dan data yang kuat peneliti memilih dua orang informan, dalam hal ini yaitu orang-orang yang berwenang pada kegiatan operasional yaitu *Social Media Specialist* sebagai key informan dan *Project Manager* sebagai informan tambahan dari @synergynara. Untuk data pendukung peneliti akan melakukan wawancara terhadap 3 informan *followers* @synergynara.

Penelitian ini juga akan mengelola dan menganalisis data menggunakan teknik triangulasi data melalui tahapan open coding, axial coding, dan selective coding, yang juga dikenal dengan istilah verbatim. Analisis data dilakukan dengan memperhatikan sudut

pandang subjek penelitian, yang tidak bisa dipisahkan. Data kualitatif disajikan melalui hubungan alami antara peneliti dan informan (Mahpur & Si, 2017). Menurut Saldana dalam (Jordan & Putri, 2021), koding dapat diartikan sebagai alat untuk memperoleh kalimat atau kata yang nantinya digunakan untuk menentukan fakta dan menarik kesimpulan dari pembahasan yang telah ditentukan oleh peneliti.

Triangulasi dalam metode kualitatif bertujuan untuk memperkuat aspek teoritis, metodologi, dan interpretatif dalam penelitian. Triangulasi juga mengacu pada aktivitas untuk memeriksa data. Teknik triangulasi digunakan dalam pemeriksaan data dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber yang berbeda namun tetap menggunakan metode yang sama, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi sebagai sumber data (Mekarisce, 2020).

Dalam analisis ini, peneliti merujuk pada model Miles dan Huberman dalam (Sugiyono, 2017:246), yang menyatakan bahwa analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan sampai data mencapai kejenuhan. Ini berarti peneliti akan terus melakukan analisis hingga data yang ada memadai, dan jika data yang diperoleh masih belum memuaskan, peneliti akan terus mengumpulkan data agar hasilnya dianggap kredibel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Akun @synergynara merupakan pengguna Instagram pada tahun 2022 yang sudah berjalan hingga saat ini. @synergynara hadir memberikan layanan pengolahan sampah yang berkelanjutan. Dalam kampanye yang dilakukan oleh @synergynara, terdapat juga perihal *special event* yang dikerjakan oleh *Social Media Specialist* yang dilakukan dalam waktu tertentu yang bertemakan "Aksi Peduli Lingkungan Hidup" di media sosial Instagram, yang menggunakan hashtag untuk pelaksanaannya yaitu *#challengepedulilingkunganhidup*.

Dalam menguatkan *brand*-nya, *Social Media Specialist* melakukan riset terhadap USP (*Unit Selling Point*) ini berupaya untuk mengetahui *brand* yang sedang dibangun menonjol dari *brand* lain atau tidak, lalu akan menegaskan *border of entry*, ini baik untuk mencegah adanya plagiat terhadap *brand* yang sedang dijalankan.

@synergynara sendiri telah membagikan konten yang dilakukan oleh *Social Media Specialist* melalui media sosial Instagram sendiri sudah cukup banyak, dengan konten-konten tersebut dapat dikatakan adanya upaya untuk mengarahkan perilaku *audiens* terhadap konten yang telah dibagikan.

Pemanfaatan Fitur Instagram

Media yang digunakan untuk kampanye peduli sampah adalah media sosial Instagram yang didalamnya memiliki fitur-fitur yang digunakan oleh *Social Media Specialist*.

a. *Feed*

Fitur ini dimanfaatkan oleh narasumber dalam menampilkan konten yang berupa foto maupun video yang mempertunjukan pada halaman profile Instagram. Fitur feed dapat dimanfaatkan oleh pengguna Instagram untuk menampilkan sebuah postingan foto atau video agar terlihat semenarik mungkin.

b. *Highlight*

Fitur ini dimanfaatkan oleh narasumber untuk berbagi informasi yang *timeless*, agar audiens masih dapat untuk melihat kembali berupa kegiatan yang pada saat itu pernah berlangsung dan juga informasi yang ada.

c. *Instagram Stories*

Narasumber memanfaatkan fitur ini untuk berbagi informasi yang singkat seperti foto ataupun video dan juga aktivitas yang sedang berlangsung, namun fitur ini juga dapat untuk memberi tahu mengenai postingan reels, foto maupun video terbaru yang telah diposting. Pada fitur stories juga mempunyai berbagai pilihan menu didalamnya seperti dapat menambahkan musik, *caption*, lokasi, tautan, *chatbox*, *polling* dan lainnya. Sehingga memungkinkan adanya interaksi antara @synergynara dengan para pengikutnya.

d. *Hashtags*

Fitur ini memungkinkan untuk dapat membantu *audiens* untuk mencari konten yang terkait atau serupa. Narasumber memanfaatkan fitur ini agar mempermudah *audiens* untuk mencari postingan @synergynara dengan menggunakan *hashtag* yang terkait dengan konten atau juga untuk mempermudah mendapatkan informasi dari Nara Synergy.

e. *Reels*

Fitur yang saat ini banyak dinikmati oleh pengguna di media sosial Instagram dan merupakan fitur yang dimanfaatkan oleh narasumber dalam memberikan informasi terkait video berdurasi pendek ataupun panjang, sehingga audiens mendapatkan informasi yang padat dan menarik untuk dinikmati. Dalam fitur ini juga tersedia menu lain didalamnya, seperti dapat menambahkan audio, *caption* dan lain-lain, maka pengguna dapat membuatnya semenarik mungkin.

f. *Posting*

Fitur posting pada Instagram merupakan fitur yang sedari awal telah tersedia, fitur ini diperuntukkan terhadap pengguna untuk memposting video atau foto. Narasumber memanfaatkan fitur ini untuk membagikan terkait kampanye di media sosial Instagram @synergynara.

g. *Caption*

Caption sendiri merupakan fitur yang dapat dimanfaatkan untuk menjelaskan keterangan pada foto atau video yang akan diposting. Narasumber memanfaatkan fitur ini untuk menjelaskan terkait kampanye yang posting, dengan begitu *audiens* dapat memahami pesan yang diberikan.

Kesadaran Peduli Sampah Terhadap Followers

Dapat dikatakan melalui postingan yang sudah dibagikan melalui media sosial Instagram @synergynara membuat kesadaran terhadap peduli sampah bagi para pengikutnya.

Dari informasi yang diberikan oleh Nara Synergy, membuat keterbukaan terhadap bahayanya botol plastik, dan memutuskan membawa tumbler saat berpergian. (FOLLOWERS INSTAGRAM @SYNERGYNARA)

Melalui postingan Nara Synergy mengenai bahaya botol plastik, membuat keterbukaan atas penggunaan botol plastik yang akhirnya pengikut Nara Synergy membawa tumbler pribadi saat berpergian.

Postingan Nara Synergy mengenai bahayanya katong plastik membuat keterbukaan untuk membawa tootbag maupun tas belanja tersendiri saat berpergian. (FOLLOWERS INSTAGRAM @SYNERGYNARA)

Pengikut menjadi tahu atas bahayanya penggunaan katong plastik, dan menerapkan untuk membawa *tootbag* disaat berpergian.

Salah satu postingan Nara Synergy menjelaskan tentang cara mengubah sampah organik menjadi berkah, membuat untuk mengelola sampah dengan mandiri. (FOLLOWERS INSTAGRAM @SYNERGYNARA)

Dari postingan Nara Synergy, pengikut mencoba menerapkan untuk mengelola sampah dengan mandiri.

Kampanye Bebas Sampah Nara Syenergy

Adanya temuan-temuan tersebut dapat dikatakan bahwa *Social Media Specialist* tidak hanya mengenai kegiatan perihal promosi dalam media sosial, namun juga memaksimalkan

tampilan pada media sosial Instagram. Tugas utama dari seorang *Social Media Specialist* adalah berupaya dalam menyusun dan membuat konten yang dikirim kepada para *audiens* untuk meningkatkan sebuah koneksi. Maka *audiens* dapat dengan mudah menerima konten yang telah dibuat dan tidak lain adalah sebagai seorang *Social Media Specialist*, *engagement rate* perlu di perhatikan bahkan itu sebagai *key performance indicator* dalam sebuah instansi atau perusahaan agar mengukur kinerja dalam konten pada *platform* atau *website*.

Media sosial yang digunakan memang masih tidak terlalu aktif, namun tetap menjadi sarana untuk membagikan informasi. (INFORMAN 2)

Informan 2 menyatakan bahwa media sosial yang saat ini digunakan yaitu Instagram memang belum terlalu aktif, namun masih menjadi sarana untuk membagikan informasi.

Dalam media sosial sendiri pada dasarnya, *Social Media Specialist* mempunyai peranan yang begitu penting dapat dikatakan bahwa dengan adanya *Social Media Specialist* begitu membantu untuk meng*handel* media sosial.

Dengan adanya kampanye melalui Instagram itu dapat berdampak, tidak hanya informasi namun juga penanganannya. (FOLLOWERS INSTAGRAM @SYNERGYNARA)

Pengikut dari Instagram @synergynara menyatakan bahwa, dengan adanya kampanye yang dilakukan pada media sosial Instagram @synergynara itu dapat meningkatkan informasi terhadap sampah. @synergynara sendiri tidak hanya membagikan informasi namun juga memberi tahu bagaimana dalam penanganannya.

Nara synergy cukup berhasil dalam mengcampaignkan bebas sampah di media sosial instagram, dapat membuat keterbukaan terkait permasalahan lingkungan. (FOLLOWERS INSTAGRAM @SYNERGYNARA)

Membuat rasa keterbukaan terkait permasalahan lingkungan, Nara Synergy cukup berhasil dalam melakukan campaign bebas sampah untuk pengikutnya.

Nara Synergy cukup berhasil dalam segi kata dan konten, penggunaan kata yang mudah dan konten yang menarik dapat diterima dengan baik untuk pengikutnya. (FOLLOWERS INSTAGRAM @SYNERGYNARA)

Dalam menyampaikan kampanye melalui media sosial Instagram, followers @synergynara menyatakan bahwa melalui segi kata dan konten, dapat diterima dengan baik untuk pengikutnya. Dapat diartikan bahwa kampanye yang dilakukan oleh Nara Synergy melalui Instagramnya cukup berhasil, dengan memberikan pesan yang mudah untuk diterima dan juga dengan postingan yang menarik bagi pengikutnya. Namun dengan begitu kampanye bebas sampah yang dilakukan media sosial Instagram yang dilakukan oleh

Nara Synergy tidak semerta-merta langsung memposting dan mengkampanyekan. Melalui project manager dan mendiskusikan kepada Social Media Specialist.

Media sosial Specialist sangat membantu dalam perihal pembuatan konten. (INFORMAN 2)

Informan 2 menyatakan dengan adanya Social Media Specialist dapat sangat membantu dalam menjalankan kampanye melalui media sosial.

Dengan adanya kampanye bebas sampah yang dilakukan oleh Nara Synergy, *Social Media Specialist* juga mencoba untuk melakukan adanya ikatan dengan pengikutnya.

Hi Sobat Nara” menjadi bentuk ciri khas Nara Synergy agar audiens merasa dekat dan belong, yang mebuat audiens memiliki identitas” (KEY-INFORMAN)

Key Informan menyampaikan bahwa dengan adanya sapaan “Hi Sobat Nara” adalah bentuk pendekatan terhadap pengikutnya, dengan begitu audiens mempunyai indentitasnya dan diterima.

Dengan begitu peranan *Social Media Specialist* memang sangatlah penting dalam pengelolaan media sosial suatu perusahaan, namun jika dilihat melalui media sosial meningkatnya sebuah *view, followers, jumlah like* dan jumlah pada pencarian popular, *Social Media Specialist* mempunyai peranannya tersendiri dalam menangani Instagram @synergynara untuk memperkenalkan kepada pengguna lain di Instagram.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian peran *Social Media Specialist* dalam Meningkatkan Kesadaran Peduli Sampah Melalui Media Sosial Instagram @synergynara, *Social Media Specialist* mampu untuk memperkenalkan @narasynergy dengan sebaik mungkin, mengadakan *event* dalam waktu tertentu, memperkenalkan *brand*, dan mengupayakan perilaku *audiens* mengikuti apa yang dibagikan melalui konten @synergynara, ini juga terhubung terhadap meningkatkan kesadaran peduli sampah yang dimana *followers* @synergynara menjadi membawa *tumblr, tootbag*, dan juga mencoba untuk menerapkan untuk mengelola terhadap sampah itu sendiri. Selain itu *Social Media Specialist* berupaya untuk memanfaatkan fitur pada media sosial Instagram, juga mencari ataupun melihat *trend* yang sedang terjadi pada masyarakat, dengan begitu pesan yang dibuat atau kampanye yang telah ada dapat tetap tersampaikan dengan mudah pada pengguna Instagram lainnya.

Tidak hanya itu saja peneliti juga menemukan bahwa dalam penanganan sebuah konten adanya *Project Manager* untuk membantu dalam menentukan *event* atau acara

pada waktu tertentu. Memang adanya *Social Media Specialist* di Instagram @synergynara berpengaruh dalam meningkatkan sebuah *brand awareness* serta *engagement* dari Instagram @synergynara yang dimana hal ini secara tidak langsung dapat dengan mudah untuk mempopulerkan atau mengenalkan Instagram @synergynara. Dengan begitu, melalui adanya penelitian peran *Social Media Specialist* dalam meningkatkan kesadaran bebas sampah melalui media sosial Instagram @synergynara ditemukannya *followers* merasa bahwa berpengaruh dan membuat ketebukaan atas menjaga lingkungan sekitar.

Melalui kampanye yang telah dilakukan oleh *Social Media Specialist* untuk mengkampanyekan bebas sampah melalui media sosial yang mungkin secara signifikan memang masih belum aktif, namun jika dilihat dapat berpengaruh dan dapat meningkatkan kesadaran dalam bebas sampah bagi pengikutnya melalui pembahasan yang telah dilakukan. Dengan berbagai informasi yang telah diberikan ini dapat dilihat bahwa *Social Media Specialist* mempunyai peranan yang penting dalam media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda Rezky, M. (2021). Pemanfaatan Media Baru Untuk Efektifitas Komunikasi Pembelajaran Dalam Masa Wabah Covid19. 7.
- Batubara, J. (2017). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling. 3, 95–107.
- Christian, S. G. G. (2019). Kreatif Hashtag (Analisis Deskriptif Makna Penggunaan Hashtag Pada Iklan Tokopedia #MulaiAjaDulu Di Youtube). *Prologia*, 3(1), 54. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6206>
- Dwi Jayanti, U. N. A., Ginting, F. F., Anggra, R. B., & Andani, S. (2023). Analisis Kesadaran Masyarakat Terhadap Peduli Lingkungan Di Kecamatan Medan Denai Kelurahan Binjai. 110–116.
- Jordan, R., & Putri, W. Y. (2021). Strategi Pengelolaan Facebook Antvlovers Dalam Membangun Audience Engagement. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 2(1), 30–50. <https://doi.org/10.33376/is.v2i1.533>
- Latifatunnisa, H. (2020). Perbedaan Social Media Specialist dan Strategist, Beserta Role Terkait. *RevoUpedia*. <https://revou.co/panduan-karir/perbedaan-social-media-specialist-dan-strategist-beserta-role-terkait>
- Mahpur, M., & Si, M. (2017). Memantapkan Analisis Data Kualitatif Melalui Tahapan Koding.
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di

Bidang Kesehatan Masyarakat. 12, 145–151.

- Naddiya, F. (2021). Peran Social Media Specialist dalam Meningkatkan Promosi dan Citra Syariah di Akun Instagram @Modalku melalui Digital Marketing. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 8(2), 255–270. <https://doi.org/10.21043/at-tabsyir.v8i2.12623>
- Nua, F. (2021). Sebanyak 72% Masyarakat Belum Peduli Sampah. <https://mediaindonesia.com/humaniora/400163/sebanyak-72-masyarakat-belum-peduli-sampah>
- Putri Alyssa, M. L., & Artemis Andrian, F. (2020). Pengaruh Media Sosial terhadap Nilai-Nilai yang Terkandung Dalam Pancasila pada Generasi Z. *Syntax Idea*, 2(12), 1013–1019.
- Rahmadani, F. A. (2020). Upaya Menumbuhkan Kesadaran Masyarakat Dalam Menjaga Kebersihan Lingkungan Melalui Pengelolaan Bank Sampah. 261–270. <https://journal.ikipsiliwangi.ac.id/index.php/comm-edu/article/view/3482/1897>
- Reynata Eka, A. V. (2022). Penerapan Youtube Sebagai Media Baru Dalam Komunikasi Massa. 19, 96–101. <https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/KM/article/view/514/254>
- Sugandi, K. M., Inayah, M. A., Aulia, N. N., Zahra, N. A., Afrialdi, R., & Andika, R. D. (2022). Analisis Kesadaran dan Upaya Masyarakat dalam Permasalahan Sampah di Desa Sukamaju. 2, 441–452.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.