

**PENGARUH MEDIA SOSIAL FACEBOOK DAN  
CYBER COMMUNITY TERHADAP MINAT  
FOTOGRAFI ANGGOTA GRUP  
DIGICAM INDONESIA**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi: *Broadcasting* (Penyiaran)



Oleh:

**NOPRIANSYAH  
07031282025069**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2025**

**HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL FACEBOOK DAN *CYBER COMMUNITY*  
TERHADAP MINAT FOTOGRAFI ANGGOTA GRUP DIGICAM INDONESIA**

**SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1  
Ilmu Komunikasi**

**Oleh:**

**NOPRIANSYAH**

**07031282025069**

**Pembimbing I**

**Erlisa Saraswaty, S.KPm., M.Sc**

**NIP. 199209132019032015**



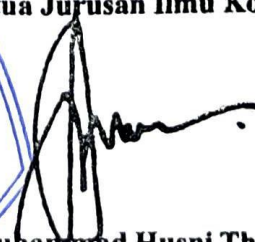
**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si**

**NIP. 196406061992031001**



**HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**

**"PENGARUH MEDIA SOSIAL FACEBOOK DAN CYBER  
COMMUNITY TERHADAP MINAT FOTOGRAFI ANGGOTA GRUP  
DIGICAM INDONESIA"**

**SKRIPSI**

Oleh:  
**NOPRIANSYAH**  
07031282025069

Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji  
Pada tanggal 26 Juni 2025  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

**KOMISI PENGUJI**

**Pembimbing**

1. Erlisa Saraswati, S.KPm., M.Sc  
NIP. 199209132019032015

**Penguji**

1. Ryan Adam, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIP. 198709072022031003

2. Misni Astuti, M.I.Kom  
NIP. 198503102023212034

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si**  
NIP. 196406061992031001



## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nopriansyah  
NIM : 07031282025069  
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 10 November 2002  
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial Facebook dan *Cyber Community* terhadap Minat Fotografi Anggota Grup Digicam Indonesia

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang,  
Yang membuat pernyataan,

  
F3EE2AMX339862271  
NIM. 07031282025069

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **Motto**

*Say yes now, figure it out later.*

### **Persembahan**

Untuk kedua orang tuaku. Untuk manusia-manusia ajaib yang hadir di  
kehidupanku. Untuk diriku.

## ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah menciptakan ruang baru bagi interaksi sosial dan pembentukan komunitas virtual berbasis minat, termasuk di bidang fotografi. Salah satu komunitas yang aktif dalam bidang ini ialah grup Digicam Indonesia di Facebook. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial Facebook dan komunitas siber (*cyber community*) terhadap minat fotografi anggota grup tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 126 responden. Penelitian ini menggunakan model analisis *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial Facebook berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat fotografi dengan koefisien jalur sebesar 0.680, nilai *p-value* sebesar 0.034 ( $<0.05$ ), dan *t-statistic* sebesar 2.116. Sementara itu, *cyber community* juga berpengaruh secara signifikan terhadap minat fotografi dengan nilai koefisien 0.197, *p-value* 0.000, dan *t-statistic* 9.543. Secara simultan, kedua variabel independen tersebut berkontribusi terhadap minat fotografi dengan nilai R-square sebesar 0.689, yang artinya sebesar 68.9% variasi minat fotografi mampu dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial Facebook dan *cyber community* memiliki peran penting dalam mendorong pengembangan minat dan pembelajaran fotografi secara daring. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan komunitas virtual berbasis minat dan pemanfaatan media sosial secara edukatif.

**Kata Kunci:** Facebook, Media Sosial, *Cyber Community*, Minat Fotografi

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si**  
NIP. 196406061992031001

**Pembimbing I**

**Erlisa Saraswati, S.KPm., M.Sc**  
NIP. 199209132019032015

## **ABSTRACT**

*The development of social media has created new spaces for social interaction and the formation of interest-based virtual communities, including in the field of photography. One active community in this area is the Digicam Indonesia group on Facebook. This study aims to analyze the influence of Facebook as a social media platform and cyber community on the photography interest of its members. The research employs a quantitative approach using a survey method involving 126 respondents. The analysis model used is Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with the support of SmartPLS 4.0 software. The results indicate that Facebook has a significant and positive effect on photography interest, with a path coefficient of 0.680, a p-value of 0.034 ( $<0.05$ ), and a t-statistic of 2.116. Meanwhile, the cyber community also has a significant influence, with a path coefficient of 0.197, a p-value of 0.000, and a t-statistic of 9.543. Simultaneously, both independent variables contribute to photography interest with an R-square value of 0.689, meaning that 68.9% of the variation in photography interest can be explained by these two variables. These findings emphasize that Facebook and cyber communities play an important role in fostering interest and learning in photography through online platforms. This study is expected to serve as a reference for the development of interest-based virtual communities and the educational use of social media.*

**Keywords:** Facebook, Social Media, Cyber Community, Photography Interest

**Head of Communication Department**



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si**  
**NIP. 196406061992031001**

**Advisor I**

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, flowing letters.

**Erlisa Saraswati, S.KPm., M.Sc**  
**NIP. 199209132019032015**

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, Dzat Yang Maha Pengasih, Maha Penyayang, Maha Pemberi Karunia, dan Maha Pemberi Petunjuk, yang senantiasa melimpahkan rahmat, hidayah, serta kekuatan-Nya kepada hamba-Nya. Hanya dengan izin dan pertolongan-Nya lah penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini, skripsi yang berjudul *“Pengaruh Media Sosial Facebook dan Cyber Community terhadap Minat Fotografi Anggota Grup Digicam Indonesia”*. Shalawat beriring salam semoga senantiasa tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW, junjungan kita, Uswatun Hasanah, suri tauladan bagi semua umat manusia, pembawa cahaya petunjuk bagi semesta alam, beserta keluarga, sahabat, dan pengikutnya yang istiqamah di jalan-Nya. Semoga teladan beliau senantiasa menjadi penerang bagi langkah-langkah kita dalam menjalankan ibadah menuntut ilmu dan mengamalkan kebaikan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, serta cinta dari berbagai pihak. Maka, pada kesempatan kali ini, izinkan penulis untuk menyampaikan ucapan rasa terima kasih kepada:

1. Manusia paling hebat di seluruh dunia. Dua insan luar biasa yang tanpa lelah menuntun dan mendukung setiap langkah penulis. Kedua orang tua penulis. Terima kasih atas setiap doanya, doa yang tak pernah putus, doa yang senantiasa menemani perjalanan penulis. Terima kasih untuk setiap teguran yang penuh kasih, untuk setiap senyuman dan tawa, yang semoga dapat lebih sering lagi untuk diperlihatkan, terima kasih. Sekali lagi, terima kasih untuk segalanya.

2. Untuk adik dan anggota keluarga penulis yang lain, terima kasih untuk segala bentuk dukungannya.
3. Dosen pembimbing skripsi penulis, Mba Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc., terima kasih atas semua bimbingan dan arahan yang telah diberikan. Walaupun rasa-rasanya di pertengahan jalan penulis sempat kehilangan arah, tertatih, sempat kebingungan perihal apalagi selanjutnya, dosen pembimbing penulis ini tetap hadir dengan koreksi, masukan, dan sarannya. Terima kasih atas semua kebaikannya.
4. Untuk mentor dan salah satu dosen penguji skripsi penulis, Bapak Krisna Murti, S.I.Kom., M.A., terima kasih atas segala bentuk dukungan dan dorongan yang diberikan. Terima kasih karena sudah turut berkenan hadir menjawab hal-hal yang cukup membingungkan bagi penulis.
5. Dosen pembimbing akademik penulis, Ibu Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom., terima kasih atas segala bimbingannya.
6. Dosen penguji skripsi penulis yang lainnya, Ibu Misni Astuti, S.Sos, M.I.Kom dan Bapak Ryan Adam, M.I.Kom., terima kasih atas segala masukan, kritik, dan saran yang membangun.
7. Mba Elvira Humairah, selaku admin Jurusan Ilmu Komunikasi, terima kasih atas segala dukungan dan arahnya.
8. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M.Si., sebagai ketua Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya, beserta dosen-dosen Jurusan Ilmu Komunikasi yang lain, terima kasih.
9. Kak Ahmad Hamid, S.I.Kom., terima kasih untuk segala wejangan, dukungan, dan hal-hal lucunya.

10. Teman-teman LABIKOM, untuk segala bentuk cerita, berbagai canda dan tawa, hal-hal yang menyenangkan, pelajaran hidup, dukungan, dan banyak lagi, terima kasih. Terima kasih.
11. Mba Mareta dan Mba Fitri, terima kasih karena telah berkenan membantu ketika di kampus bukit.
12. Para pegawai di Jurusan Ilmu Komunikasi, terima kasih.
13. Teman-teman grup Digicam Indonesia, terima kasih untuk semua inspirasi, bantuan, dan ruang berbagi yang telah diberikan.
14. Beberapa teman yang sebenarnya cukup jarang berinteraksi dalam beberapa belas bulan ke belakang, namun sudah berkenan untuk diujani berbagai macam pertanyaan pemberkasan. Terima kasih.
15. Serta berbagai pihak lain, yang mohon maaf sekali karena tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Pada akhirnya, skripsi ini bukan sekadar menjelma sebagai kumpulan kata dan data saja, melainkan perjalanan jauh yang di dalamnya terdapat banyak cerita. Ada tawa yang menyembuhkan, beberapa kali mungkin keluh juga turut menghampiri, dan juga doa yang senantiasa dipanjatkan. Semoga skripsi ini mampu memberi kebermanfaatan untuk sesama, bukan hanya secara akademis, namun juga mampu menjadi pijakan awal bagi berbagai penelitian selanjutnya yang lebih mendalam dan komprehensif lagi. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rida atas perjalanan panjang kita dalam menuntut ilmu, semoga segala usaha kita selalu diberkahi, semoga selalu yang baik-baik.

Ada satu kutipan yang mengatakan, “Bukankah sesuatu yang besar selalu dimulai dari satu langkah kecil? Melangkah, berlari, terbang”.

Palembang, 2025

Penulis,

## DAFTAR ISI

|                                                                                           |                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                                                | <b>viii</b>                         |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                                                    | <b>xii</b>                          |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                                                 | <b>xvi</b>                          |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                                                                | <b>xvii</b>                         |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                                             | <b>1</b>                            |
| 1.1 Latar Belakang .....                                                                  | 1                                   |
| 1.1.1 Transformasi Digital dan Peran Media Sosial dalam Interaksi Sosial ....             | 1                                   |
| 1.1.2 Dinamika Komunitas Fotografi dan Praktik Partisipatif di Facebook ....              | 4                                   |
| 1.1.3 Studi Kasus: Grup Digicam Indonesia sebagai Komunitas Siber<br>Berbasis Minat ..... | 6                                   |
| 1.1.4 Urgensi Penelitian dan Kontribusi terhadap Kajian Akademik .....                    | 12                                  |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                                                 | 13                                  |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                                                | 13                                  |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                                                              | 14                                  |
| 1.4.1 Manfaat Praktis .....                                                               | 14                                  |
| 1.4.2 Manfaat Teoritis .....                                                              | 14                                  |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>                                                      | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1 Landasan Teori .....                                                                  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.2 Media Sosial.....                                                                     | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.2.1 Definisi Media Sosial.....                                                          | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |

|                                                                                   |                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| 2.2.2 Karakteristik Media Sosial .....                                            | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.2.3 Jenis-Jenis Media Sosial .....                                              | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.3 Facebook .....                                                                | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.3.1 Definisi Facebook .....                                                     | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.3.2 Teori 4C .....                                                              | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.4 <i>Cyber Community</i> (Komunitas Maya) .....                                 | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.4.1 Definisi <i>Cyber Community</i> .....                                       | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.4.2 <i>Cyber Community Theory</i> .....                                         | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.5 Minat Fotografi .....                                                         | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.5.1 Definisi Minat Fotografi .....                                              | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.5.2 Teori Behaviorisme Albert Bandura (Teori Pembelajaran Sosial) <b>Error!</b> | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| <b>Bookmark not defined.</b>                                                      |                                     |
| 2.6 Kerangka Teori .....                                                          | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.7 Kerangka Pemikiran .....                                                      | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.8 Hipotesis Penelitian .....                                                    | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.9 Penelitian Terdahulu .....                                                    | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                                            | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.1 Desain Penelitian .....                                                       | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.2 Definisi Konsep .....                                                         | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.2.1 Facebook .....                                                              | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.2.2 <i>Cyber Community</i> .....                                                | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |

|                                                 |                                     |
|-------------------------------------------------|-------------------------------------|
| 3.2.3 Minat Fotografi .....                     | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.3 Definisi Operasional.....                   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.4 Unit Analisis, Populasi, dan Sampel .....   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.4.1 Unit Analisis.....                        | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.4.2 Populasi .....                            | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.4.3 Sampel .....                              | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.5 Jenis dan Sumber Data .....                 | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.5.1 Jenis Data .....                          | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.5.2 Sumber Data.....                          | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.6 Teknik Pengumpulan Data .....               | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.6.1 Penyebaran Kuesioner.....                 | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.6.2 Studi Dokumentasi .....                   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.6.3 Observasi.....                            | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.7 Uji Validitas.....                          | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.7.1 Validitas Konvergen .....                 | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.7.2 Validitas Diskriminan.....                | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.8 Uji Reliabilitas .....                      | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.9 Teknik Analisis Data .....                  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.9.1 Teknik Analisis Deskriptif Kuantitatif .. | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.9.2 Teknik Analisis Eksplanatif.....          | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.9.3 Evaluasi Model.....                       | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |

|                                                            |                                     |
|------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| 3.9.4 Uji Hipotesis: Partial Least Square (PLS).....       | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| <b>BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN.....</b>                | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 4.1 Profil Grup Digicam Indonesia .....                    | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 4.1.1 Karakteristik, Struktur, dan Komposisi Anggota ..... | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 4.1.2 Aktivitas dalam Grup Digicam Indonesia.....          | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| <b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                    | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 5.1 Profil Responden.....                                  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 5.2 Uji Validitas.....                                     | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 5.2.1 Uji Validitas Konvergen .....                        | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 5.2.2 Uji Validitas Diskriminan.....                       | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 5.3 Uji Reliabilitas .....                                 | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 5.4 Evaluasi Model Struktural.....                         | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 5.5 Uji Hipotesis.....                                     | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 5.6 Pembahasan.....                                        | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| <b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>                    | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 6.1 Kesimpulan .....                                       | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 6.2 Saran .....                                            | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                 | <b>15</b>                           |



## DAFTAR TABEL

|                                                                     |                                     |
|---------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....                                | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....                                | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 3. 2 Skor Pilihan Jawaban .....                               | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 5. 1 Usia Responden.....                                      | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 5. 2 Jenis Kelamin Responden .....                            | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 5. 3 Profesi Responden.....                                   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 5. 4 Domisili Responden .....                                 | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 5. 5 Validitas Kovergen (Belum Valid Secara Keseluruhan)..... | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 5. 6 Validitas Konvergen (Valid Secara Keseluruhan)           | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 5. 7 Validitas Diskriminan.....                               | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 5. 8 Nilai Cronbach's Alpha & Composite Reliability           | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 5. 9 Model Fit .....                                          | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 5. 10 Korelasi antar Variabel .....                           | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 5. 11 Koefisien Jalur, T Test, dan P Value ....               | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 5. 12 Tabel R Square .....                                    | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                      |                                     |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Gambar 1. 1 Data Pengguna Facebook di Indonesia Per April 2024.....                  | 2                                   |
| Gambar 1. 2 Data Pengguna Facebook di Indonesia Per April 2024.....                  | 3                                   |
| Gambar 1. 3 Beberapa Contoh Komunitas Siber Fotografi di Facebook .....              | 5                                   |
| Gambar 1. 4 Grup Digicam Indonesia .....                                             | 7                                   |
| Gambar 1. 5 Postingan Seputar Tanya-Jawab di Grup Digicam Indonesia .....            | 8                                   |
| Gambar 1. 6 Postingan Sharing Hasil Karya di Grup Digicam Indonesia.....             | 9                                   |
| Gambar 1. 7 Postingan Seputar Jual-Beli di Grup Digicam Indonesia.....               | 10                                  |
| Gambar 1. 8 Wawancara Penulis dengan Salah Satu Anggota Grup Digicam Indonesia ..... | 10                                  |
| Gambar 4. 1 Logo Grup Digicam Indonesia.....                                         | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Gambar 4. 2 Admin, Moderator, dan Info Grup Digicam Indonesia .....                  | <b>Error!</b>                       |
| <b>Bookmark not defined.</b>                                                         |                                     |
| Gambar 4. 3 Postingan Terkait Aktivitas Jual Beli di Grup Digicam Indonesia .....    | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Gambar 5. 1 Model Penelitian .....                                                   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

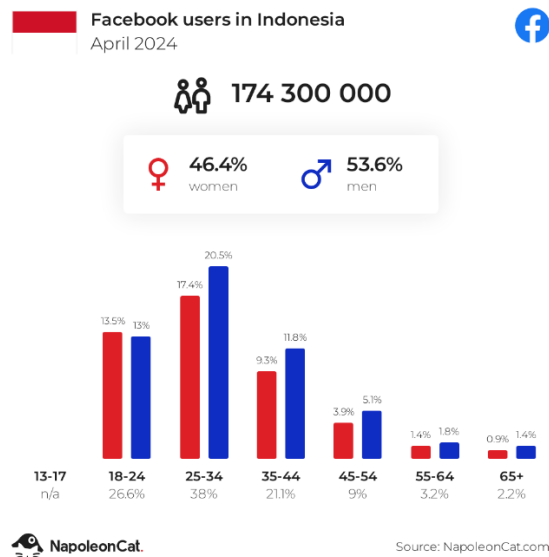
#### **1.1.1 Transformasi Digital dan Peran Media Sosial dalam Interaksi Sosial**

Teknologi digital yang telah mengalami perkembangan selama kurun waktu puluhan tahun belakangan ini, berhasil mengubah cara individu berinteraksi, berkomunikasi, dan juga mengekspresikan minat mereka. Perangkat keras dan lunak selalu mengalami inovasi yang memungkinkan terciptanya ruang sosial baru dalam bentuk media sosial dan komunitas virtual (*cyber community*) (Iswaratama, 2024). Media sosial bukan hanya menjadi tempat dalam berbagi informasi pribadi, namun juga berperan sebagai katalis pembentukan komunitas berbasis minat (Prabowo, 2024).

Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, namun juga sebagai ruang partisipatif untuk membentuk identitas, membangun jejaring, dan mengembangkan potensi diri melalui interaksi digital. Di antara berbagai platform yang ada, beberapa mengalami penurunan popularitas, sementara yang lainnya, seperti Facebook, masih dapat bertahan karena adaptabilitas dan jangkauan penggunaanya yang luas.

Facebook merupakan salah satu platform media sosial yang masih eksis dan banyak dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia sampai saat ini. Berdasarkan laporan dari Napoleon.cat (2024) pada April 2024 total pengguna Facebook di Indonesia tercatat sebanyak 174,3 juta pengguna, dengan 46,4% wanita dan 53,6% lainnya ialah laki-laki. Capaian ini menunjukkan bahwa Facebook masih menjadi salah satu platform dengan jangkauan pengguna paling luas di Indonesia.

**Gambar 1. 1 Data Pengguna Facebook di Indonesia Per April 2024**

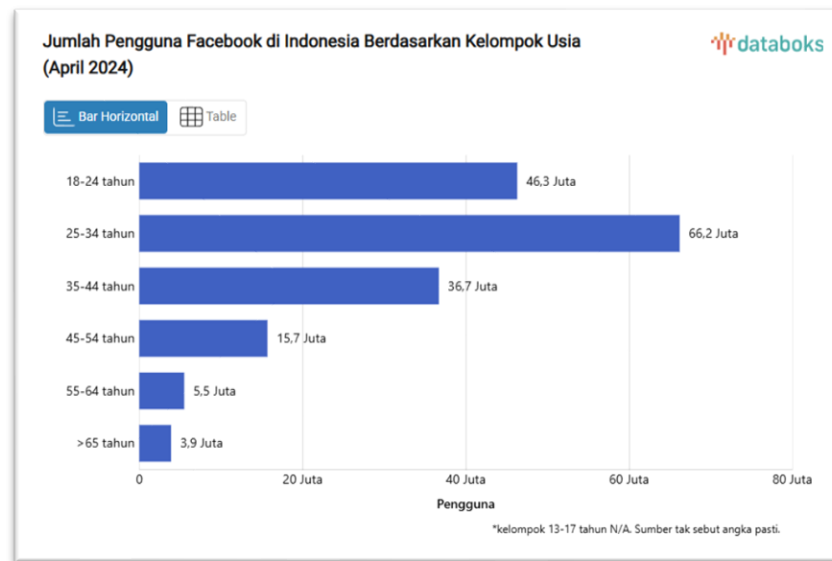


**Sumber: Napoleon.cat**

Dari data di atas, diketahui kelompok umur termuda yang menjadi pengguna Facebook ialah kelompok usia 13-17 tahun yang jumlah persentase atau angka pastinya tidak dirinci secara pasti.

Berdasarkan laporan data dari Napoleon.cat per April 2024, menurut Nabilah Muhamad (2024), sebagian besar pengguna Facebook di Indonesia berasal dari kelompok usia milenial, yaitu rentang usia 25 hingga 34 tahun. Kelompok ini tercatat mencapai 66,2 juta pengguna, setara dengan 38% dari total pengguna Facebook di dalam negeri.

**Gambar 1. 2 Data Pengguna Facebook di Indonesia Per April 2024**



**Sumber: databoks**

Sementara itu, pengguna Facebook dari kelompok usia 18 hingga 24 tahun berjumlah sekitar 46,3 juta, atau setara dengan 26,6% dari total pengguna. Kelompok usia berikutnya, yakni 35 sampai 44 tahun mencatatkan angka sebesar 36,7 juta pengguna (21,1%), disusul oleh kelompok usia 45-54 tahun sebanyak 15,7 juta (9%), dan kelompok usia 55-64 tahun sebanyak 5,5 juta pengguna (3,2). Adapun jumlah pengguna paling sedikit berasal dari kelompok usia 65 tahun ke atas, yakni sebanyak 3,9 juta atau 2,2% dari keseluruhan pengguna Facebook di Indonesia.

Dalam konteks ini, platform Facebook bukan hanya mengambil peranan sebagai alat komunikasi, namun juga sebagai ruang tumbuhnya komunitas virtual atau *cyber community*. Menurut Sutinarto dan Syaifudin (2023), *cyber community* dapat dipahami sebagai entitas sosial yang terdiri dari berbagai individu yang saling

berinteraksi dalam suatu wadah tertentu dengan memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai media penghubungnya.

Komunitas virtual di Facebook telah menjadi fenomena sosial digital yang signifikan di Indonesia. Berdasarkan data dari ANTARA (2023), total grup aktif Facebook di Indonesia menunjukkan tren kenaikan, dari 7,5 juta grup pada 2020 menjadi 10,5 juta grup pada awal tahun 2023. Pramudita (2023) dari *Marketeers* menambahkan bahwa terdapat sekitar 148 juta pengguna Indonesia tergabung dalam grup Facebook tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa Facebook tidak lagi sekadar menjadi platform sosial, namun telah bertransformasi menjadi ruang interaksi komunitas berbasis minat berskala nasional.

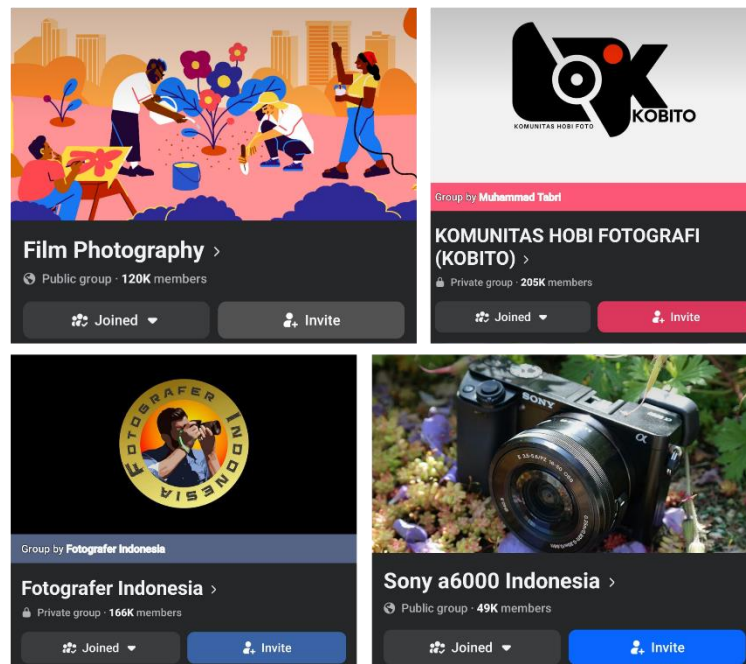
### **1.1.2 Dinamika Komunitas Fotografi dan Praktik Partisipatif di Facebook**

Dalam kajian akademik, komunitas virtual di Facebook menunjukkan ciri khas interaktivitas sosial dan juga pembentukan norma-norma komunitas. Christanto, 2022 dalam studi netnografi terhadap komunitas penggemar Digimon (Grup Digi-In di Facebook), mendapatkan data bahwa komunitas ini membentuk struktur sosialnya sendiri, dengan peran-peran anggota yang sifatnya aktif, kooperatif, dan memiliki identitas kolektif yang kuat.

Salah satu jenis komunitas yang aktif dan mengalami perkembangan di Facebook ialah komunitas berbasis minat visual, seperti contohnya komunitas fotografi. Komunitas ini memungkinkan anggotanya untuk belajar melalui *observational learning* (mengamati karya orang lain), meningkatkan *self-efficacy* (kepercayaan diri dalam mempraktik teknik fotografi), dan menciptakan hubungan timbal balik yang mendorong semangat belajar (*reciprocal determinism*).

Pada gambar 1.3 berikut merupakan beberapa contoh komunitas siber fotografi yang terdapat di Facebook, yakni Film Photography, Komnitas Hobi Foto (KOBITO), Fotografer Indonesia, dan Sony a6000 Indonesia.

**Gambar 1. 3 Beberapa Contoh Komunitas Siber Fotografi di Facebook**



**Sumber: Facebook.com**

Dalam kajiannya, Pakaya et al. (2022) menyatakan jika praktik berbagi (*sharing*) yang terjadi dalam komunitas fotografi di Facebook tidak hanya berperan sebagai media ekspresi media visual saja, namun juga memperkuat solidaritas sosial dan identitas komunitas. Mereka menggunakan pendekatan netnografi pada Komunitas Fotografi Indonesia. Penelitian ini menemukan data bahwa anggota komunitas bukan hanya mengunggah hasil karya mereka saja, namun juga saling memberikan kritik yang membangun, berbagi informasi teknis, dan memotivasi anggota lain untuk terus berkembang. Interaksi ini menciptakan ekosistem pembelajaran

sosial yang sesuai dengan teori *observational learning* dan *reciprocal determinism* dari Albert Bandura.

Di sisi lainnya, Facebook juga memiliki peranan sebagai platform yang menyediakan ruang yang mendorong minat belajar dan eksplorasi visual secara kolektif. Penelitian oleh Kristanti & Mukhlis (2023) menegaskan jika media sosial, terutama Facebook, memiliki peranan yang begitu penting dalam pengembangan layanan fotografi. Melalui platform ini, penggunaanya mampu membangun interaksi dengan calon klien sekaligus saling berbagi portofolio visual, yang turut meningkatkan daya tarik fotografi secara umum.

### **1.1.3 Studi Kasus: Grup Digicam Indonesia sebagai Komunitas Siber Berbasis Minat**

Grup Digicam Indonesia merupakan salah satu contoh komunitas virtual (*cyber community*) tentang fotografi yang aktif dan berkembang di Facebook. Grup ini merupakan ruang maya yang memungkinkan individu dengan minat sama dapat saling berinteraksi dan belajar. Digicam Indonesia merupakan sebuah komunitas yang memungkinkan anggotanya untuk saling berbagi, jual-beli, dan diskusi tentang kamera digital pocket.

Dalam konteks grup ini, yang dimaksud dengan digicam ialah meliputi kamera pocket, prosumer, handycam, ataupun kamera lainnya dengan lensa yang tidak dapat dilepas-pasang (tidak termasuk action cam). Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, grup Digicam Indonesia ini juga memungkinkan anggotanya untuk melakukan jual-beli. Per Juni 2025

jumlah anggota grup Digicam Indonesia telah mencapai lebih dari 100 ribu anggota.

Pada gambar 1.4 menampilkan logo dari atau ikon dari grup Digicam Indonesia di platform Facebook, yang mana per Juni 2025 jumlah anggota grup ini telah mencapai lebih dari 100 ribu anggota.

**Gambar 1. 4 Grup Digicam Indonesia**



**Sumber: Facebook.com**

Para anggota ini berasal dari latar belakang usia, profesi, dan daerah yang bermacam-macam. Mereka disatukan oleh minat yang sama terhadap dunia fotografi. Aktivitas yang berlangsung dalam grup ini meliputi berbagai macam topik, misalnya tentang berbagi hasil foto, jual-beli kamera atau aksesoris, diskusi seputar penggunaan kamera digicam, atau tentang tanya jawab teknik fotografi. Diskusi yang berlangsung ini menunjukkan tingginya partisipasi dan antusiasme anggota untuk saling mendukung dan bertumbuh bersama.

Pada gambar 1.5 menampilkan beberapa contoh postingan seputar tanya-jawab yang terjadi di dalam grup Digicam Indonesia. Para anggota kerap menanyakan hal-hal teknis seputar digicam ke grup ini, contohnya seperti pertanyaan tentang apakah shutter speed pada digicam bisa disesuaikan selayaknya kamera digital atau dslr.

**Gambar 1. 5 Postingan Seputar Tanya-Jawab di Grup Digicam Indonesia**

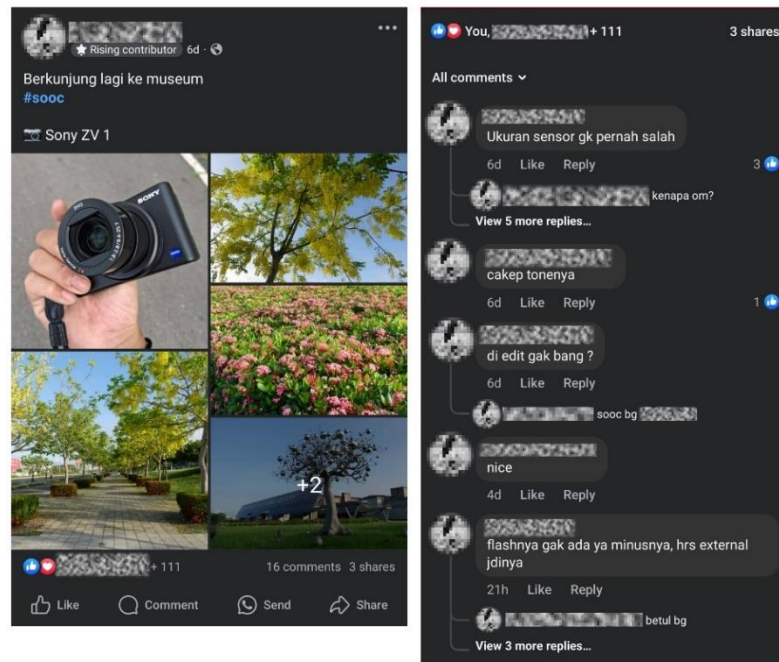


**Sumber: Facebook.com**

Gambar di atas merupakan contoh interaksi seputar tanya jawab tentang digicam. Ada juga interaksi seputar *sharing* foto dan jual-beli yang terjadi di grup ini.

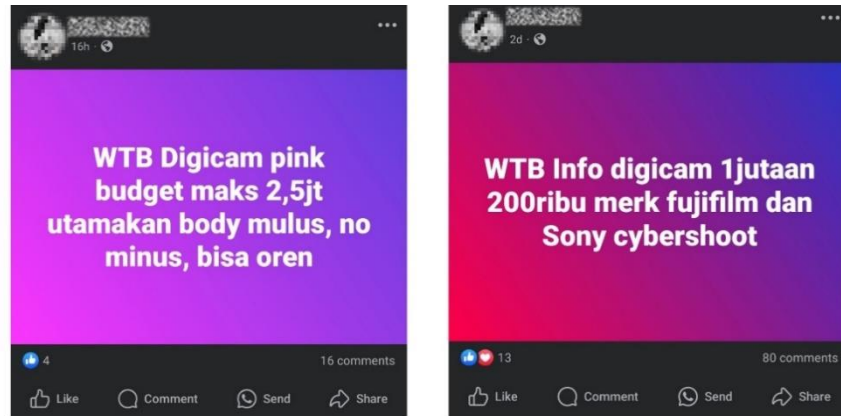
Pada gambar 1.6 merupakan beberapa contoh postingan pada grup Digidigicam Indonesia yang berhubungan dengan sharing atau membagikan hasil karya dari para anggota. Mereka kerap mencantumkan juga jenis kamera pocket yang mereka pakai dalam pengambilan gambar.

**Gambar 1. 6 Postingan Sharing Hasil Karya di Grup Digidigicam Indonesia**



Terdapat juga postingan tentang jual-beli dalam grup ini, seperti yang dapat dilihat pada gambar 1.7. Postingan tentang jual-beli hanya akan disetujui pada hari Sabtu dan Minggu oleh admin, sesuai dengan aturan grup yang berlaku. Para anggota yang memposting tentang jual beli kerap menggunakan hastag #wtb (want to buy) atau #wts (want to sale).

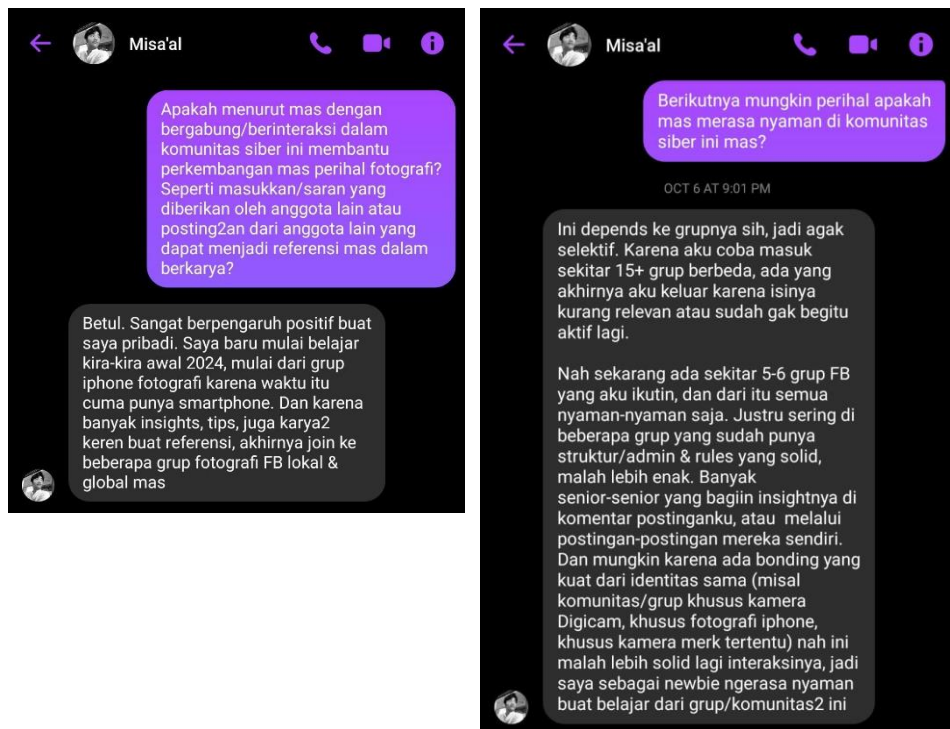
**Gambar 1. 7 Postingan Seputar Jual-Beli di Grup Digicam Indonesia**



**Sumber: Facebook.com**

Penulis juga melakukan sesi wawancara dengan salah satu anggota grup Digicam Indonesia ini. Misa'al (2024) mengungkapkan bahwa keikutsertaannya dalam komunitas ini berdampak signifikan terhadap pengembangan minat fotografinya. Ia menjelaskan bahwa sejak mulai belajar fotografi pada awal 2024, grup-grup Facebook, termasuk Digicam Indonesia, telah memberi banyak referensi, wawasan teknik, serta kritik yang membangun bagi dirinya dari para anggota lain yang membagikan pengalaman mereka secara aktif. Misa'al juga menambahkan bahwa interaksi yang terjadi di dalam grup terasa nyaman dan suportif, kondisi ini diperkuat dengan adanya struktur kepengurusan yang tertata dengan baik serta kesamaan minat di antara para anggota, yang pada akhirnya membuat dirinya merasa lebih termotivasi dan percaya diri dalam mengeksplorasi dunia fotografi.

**Gambar 1. 8 Wawancara Penulis dengan Salah Satu Anggota Grup Digicam Indonesia**



#### Sumber: Diolah oleh Peneliti

Dapat disimpulkan jika, bagi para anggotanya grup ini tidak hanya menjadi tempat untuk menampilkan karya, namun juga menjadi ruang belajar yang mendukung proses pengembangan minat secara berkelanjutan.

Karakteristik ini tentunya sejalan dengan konsep pembelajaran sosial dalam teori Albert Bandura, di mana proses *observational learning* (pembelajaran melalui pengamatan), *self-efficacy* (kepercayaan diri), dan *reciprocal determinism* (hubungan timbal balik antara individu dengan lingkungan) mampu terbentuk secara alami dalam komunitas yang dinamis. Grup Digicam Indonesia ini juga mencerminkan dimensi utama dari *cyber community* menurut Burhan Bungin, seperti interaktivitas, komunikasi asinkron, dan ketertarikan bersama. Dengan adanya berbagai aktivitas dan

interaksi tersebut, komunitas ini menjadi contoh nyata tentang bagaimana media sosial seperti Facebook dapat membentuk ruang virtual yang berperan penting dalam mendorong minat dan pembelajaran fotografi secara kolektif dan berkesinambungan.

#### **1.1.4 Urgensi Penelitian dan Kontribusi terhadap Kajian Akademik**

Dengan mempertimbangkan berbagai temuan dan pendapat yang telah di sampaikan sebelumnya, dapat disimpulkan jika platform Facebook dan komunitas digital yang terbentuk di dalamnya, seperti grup ‘Digicam Indonesia’, memiliki potensi signifikan dalam membentuk dan meningkatkan minat seseorang terhadap fotografi.

Namun, sejauh ini masih belum banyak penelitian yang secara spesifik mengukur pengaruh Facebook dan *cyber community* terhadap minat fotografi, terutama dalam konteks komunitas spesifik seperti Digicam Indonesia ini. Kebanyakan studi yang dilakukan sebelumnya hanya membahas perihal fungsi promosi Facebook dalam fotografi (Kristanti & Mukhlis, 2023) atau mengenai interaksi sosial di komunitas virtual secara umum (Christanto, 2022), tanpa mengkaji lebih dalam tentang keterkaitannya dengan pembentukan minat fotografi dari persepektif komunikasi dan juga psikologi sosial. Dengan kata lain penelitian-penelitian sebelumnya memberikan pijakan tentang peran Facebook dalam pemasaran dan interaksi visual. Namun, semuanya belum memperhitungkan variabel *cyber community* secara eksplisit ataupun pengaruhnya terhadap minat fotografi. Oleh sebab itu, pelaksanaan penelitian ini memiliki relevansi yang signifikan untuk dikaji lebih lanjut.

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengidentifikasi pengaruh media sosial Facebook dan *cyber community* terhadap minat fotografi anggota grup ‘Digicam Indonesia’. Hasil yang diperoleh nantinya, diharapkan mampu memberikan sumbangsih ilmiah dalam bidang komunikasi digital serta menjadi referensi praktis dalam pengelolaan komunitas daring berbasis minat. Peneliti mengambil judul **“Pengaruh Media Sosial Facebook dan Cyber Community terhadap Minat Fotografi Anggota Grup “Digicam Indonesia”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan sebelumnya, rumusan masalah pada penelitian ini ialah:

1. Apakah terdapat pengaruh parsial antara *cyber community* dan minat fotografi, serta berapa besar pengaruh tersebut?
2. Apakah terdapat pengaruh parsial antara media sosial dan minat fotografi, serta berapa besar pengaruh tersebut?
3. Apakah terdapat pengaruh simultan antara media sosial dan *cyber community* terhadap minat fotografi, serta berapa besar pengaruh tersebut?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui apakah terdapat pengaruh parsial antara *cyber community* terhadap minat fotografi, dan seberapa besar pengaruh tersebut.
2. Mengetahui apakah terdapat pengaruh parsial antara media sosial terhadap minat fotografi, dan seberapa besar pengaruh tersebut.

3. Mengetahui apakah terdapat pengaruh simultan antara media sosial dan *cyber community* terhadap minat fotografi, dan seberapa besar pengaruh tersebut.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Merujuk pada pemaparan mengenai latar belakang, perumusan masalah, dan tujuan penelitian, penulis memiliki harapan bahwa studi ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat dan dapat dirasakan oleh berbagai kalangan, yang terbagi menjadi:

##### **1.4.1 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat praktis mengenai bagaimana media sosial dan *cyber community* mempengaruhi minat fotografi dan juga dapat dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi atau informasi bagi Facebook.

##### **1.4.2 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dengan menambah wawasan terkait peran media sosial, khususnya Facebook dan *cyber community* (komunitas virtual) dalam memengaruhi minat individu terhadap bidang tertentu, salah satunya seperti fotografi.

Penelitian ini juga memperbanyak pemahaman mengenai interaksi sosial di era digital, terutama dalam menciptakan mekanisme pembelajaran, motivasi, dan juga keterlibatan pengguna. Selain itu, dengan mengadopsi dimensi seperti *observational learning*, *self-efficacy*, *reciprocal determinism*, dan juga *self-regulation*, penelitian ini memberikan bukti empiris terhadap teori pembelajaran sosial (*Social Learning Theory*) dalam konteks digital.

Temuan dari penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi penting untuk pengembangan literatur, eksplorasi variabel baru, pengembangan model konseptual, ataupun perbandingan dengan media sosial dan komunitas virtual yang lain diberbagai bidang minat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfatih, A. (2016). *Dasar-dasar metodologi penelitian sosial*. Palembang: Unsri Press.
- ANTARA. (2023, 21 Maret). Jumlah grup Facebook yang aktif di Indonesia mencapai 10,5 juta. <https://mataram.antaranews.com/berita/267240/jumlah-grup-facebook-yang-aktif-di-indonesia-mencapai-105-juta>
- Arbi, F., & Indra Dewi, S. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Minat Fotografi pada Komunitas Fotografi Kamera Indonesia Malang. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 6(2). <https://doi.org/10.33366/jisip.v6i2.1474>
- Babbie, E. (2010). *The practice of social research*. Belmont: Wadsworth Cengage Learning.
- Bungin, B. (2021). *Sosiologi komunikasi: Teori, paradigma, cybercommunity, media sosial, dan diskursus teknologi media komunikasi* (2nd ed.). Jakarta: Kencana.
- Bungin, B., Teguh, M., & Dafa, M. (2021). Cyber community towards society 5.0 and the future of social reality. *International Journal of Computer and Information System (IJCIS)*, 2(3). <https://doi.org/10.29040/ijcis.v2i3.39>
- Christanto, H. (2022). Interaktivitas budaya dan peran anggota pada komunitas penggemar Digimon (Studi netnografi pada grup Facebook Digi-In) [Tesis, Universitas Mercu Buana]. <https://repository.mercubuana.ac.id/64102/>

- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2015). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Hakiki, B. S. (2019). Facebook dan pengaruhnya terhadap perilaku sosial masyarakat dalam perspektif hukum Islam (Studi Kasus di Kelurahan Yosomulyo Kecamatan Metro Pusat) [Skripsi, IAIN Metro]. <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/476/>
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural equation modeling (SEM) berbasis varian: Konsep dasar dan aplikasi dengan program SmartPLS 3.2.8 dalam riset bisnis*. Jakarta: PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Hardani, A., Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Iswaratama, A. (2024). The role of virtual communities in encouraging social interaction in the digital era. *Historical: Journal of History and Social Science*, 3(1). <https://doi.org/10.58355/historical.v3i1.100>
- Kauffman, D. F., de la Fuente, J., & Boruchovitch, E. (Eds.). (2023). Past, present and future contributions from the social cognitive theory (Albert Bandura). *Frontiers in Psychology*. <https://www.frontiersin.org/research->

[topics/27631/past-present-and-future-contributions-from-the-social-cognitive-theory-albert-bandura/magazine](https://doi.org/10.55927/fjas.v2i11.6778)

Kristanti, D., & Mukhlis, I. (2023). The effectiveness of Facebook social media marketing in photography services businesses (Study on Arie Photo Studio Wates' Facebook account). *Formosa Journal of Applied Sciences*, 2(11).  
<https://doi.org/10.55927/fjas.v2i11.6778>

Kristanty, S., Victoria, A., Mulyati, & Pramegia, A. (2023). Cyber public relations dalam membangun brand image Café Jamu melalui Instagram @suweorajamu28. *Jurnal Sekretari & Administrasi: SERASI*, 21(2).  
<https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/serasi/article/view/2533/1476>

Latifah, A. N. (2023). Minat anak muda terhadap fotografi menggunakan kamera analog instan. *Retina Jurnal Fotografi*, 3(2), 279–284.  
<https://doi.org/10.59997/rjf.v3i2.2271>

Memon, M. A., Ting, H., Cheah, J. H., Thurasamy, R., Chuah, F., & Cham, T. H. (2020). Sample size for survey research: Review and recommendations. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 4(2).  
[https://doi.org/10.47263/JASEM.4\(2\)01](https://doi.org/10.47263/JASEM.4(2)01)

Muhardono, A., Satrio, D., Lestari, H. I., & Fadhilah, A. A. (2022). Pelatihan optimalisasi Facebook marketing dan konten strategi foto produk pada UMKM Kampung ATBM Desa Cepagan. *Society: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 192–199. <https://doi.org/10.55824/jpm.v1i4.110>

- Mu'minin, U., Apriliana, S., & Septiana, N. (2022). Konsep dan karakteristik psikologi behaviorisme. *Al-Din: Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan*, 8(2).  
<https://doi.org/10.30863/ajdsk.v8i2.3958>
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nugrahanto, Y. S. (2019). Pemanfaatan media sosial Facebook dalam aktivitas berbelanja online di kalangan diecaster Surabaya [Skripsi, Universitas Airlangga]. <https://repository.unair.ac.id/94985/>
- Pakaya, H., Bo'do, S., & Akifah, A. (2022). Praktek berbagi dalam komunitas virtual di Facebook: Studi netnografi pada Komunitas Fotografi Indonesia. *Kinesik*, 9(3), 312–326. <https://doi.org/10.22487/ejk.v9i3.282>
- Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N., & Hoagwood, K. (2015). Purposeful sampling for qualitative data collection and analysis in mixed method implementation research. *Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research*, 42, 533–544.  
<https://doi.org/10.1007/s10488-013-0528-y>
- Prabowo, H. H. S. (2024). Analisis pengaruh fotografi terhadap peningkatan penjualan UMKM di Desa Wisata Wayang, Kabupaten Klaten. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(7).  
<https://doi.org/10.31004/innovative.v4i5.15687>
- Pramudita, B. (2023, 24 Maret). Pengguna capai 2 miliar, Facebook umumkan 3 prioritas pengembangan. <https://www.marketeers.com/pengguna-capai-2-miliar-facebook-umumkan-3-prioritas-pengembangan/>

- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *COMMON: Jurnal Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Unikom*, 3(1). <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektivitas komunikasi. *CAKRAWALA: Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika*, 16(2). <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/1283/1055>
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutinarto, & Syaifudin, A. A. (2023). Cyber community dalam interaksi komunikasi publik di era society 5.0. *Journal of Social and Political Science/JUSTICE*, 2(2).
- Swimbawa, M. K., & Lemy, D. M. (2023). Pengaruh social media marketing terhadap brand awareness, brand image dan brand loyalty Pesona Indonesia. *Bulletin of Communication Engagement*. <https://doi.org/10.51278/bce.v3i2.968>
- Tajik, O., Golzar, J. and Noor, S. (2024). Purposive Sampling. *International Journal of Education & Language Studies*, 2(2), 1-9. <https://doi.org/10.22034/ijels.2025.490681.1029>

Yousef, S., & Yousef, K. (2022). The impact of Facebook usage in education on students' academic performance at the University of Jordan. *Journal of e-Learning and Knowledge Society*, 18(1), 59–74.  
<https://doi.org/10.20368/1971-8829/1135393>

Zhao, H., & Shi, Q. (2022). Accessing the impact mechanism of sense of virtual community on user engagement. *Frontiers in Psychology*, 13, 907606.  
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.907606>