

Cultural Communication in Promoting Tebing Tinggi Local Wisdom through Putera Puteri Tebing Tinggi's Instagram

(Promosi Kearifan Lokal Kota Tebing Tinggi melalui Instagram Putera Puteri Tebing Tinggi)

Fathir Syah Amir Sitompul ^{a,1*}, Nursapia Harahap ^{a,2}

^a Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan 20135, Indonesia

E-mail: ¹fathir0603223119@uinsu.ac.id; ²nursapiaharahap@uinsu.ac.id

*Corresponding Author: fathir0603223119@uinsu.ac.id (F.S.A. Sitompul).

ARTICLE INFO

Received: 12 June 2026
Revised: 08 July 2026
Accepted: 11 July 2026

How to Cite:

Sitompul, F. S. A., & Harahap, N. (2026). Cultural Communication in Promoting Tebing Tinggi Local Wisdom through Putera Puteri Tebing Tinggi's Instagram. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 6(1), 210-220.
<https://doi.org/10.55537/j-ibm.v6i1.1747>

ABSTRACT

Social media enables local organizations to introduce cultural identity and local values to wider audiences. This study analyzes how the Instagram account of Putera Puteri Tebing Tinggi promotes the local wisdom of Tebing Tinggi City from a cultural communication perspective. A descriptive qualitative approach was used, with data collected through observation of Instagram posts, content documentation, and interviews with account managers. Data were analyzed using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña through data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings show that the account is used mainly for organizational publication, event promotion, and participant image building rather than for sustained promotion of local wisdom. Local cultural elements, such as traditional attire, appear in several posts, but are rarely supported by educational narratives explaining their meanings, values, and contexts. The account therefore has strong potential as a cultural communication medium, but requires a more focused content strategy. Recommended actions include developing a cultural content calendar, creating regular local wisdom education rubrics, and collaborating with cultural communities to strengthen the promotion of local culture.

Keywords:

Cultural communication; Instagram; local wisdom; cultural promotion; Putera Puteri Tebing Tinggi.

ABSTRAK

Media sosial memungkinkan organisasi daerah memperkenalkan identitas dan nilai budaya lokal kepada khalayak yang lebih luas. Penelitian ini menganalisis pemanfaatan akun Instagram Putera Puteri Tebing Tinggi dalam mempromosikan kearifan lokal Kota Tebing Tinggi dari perspektif komunikasi budaya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui observasi unggahan Instagram, dokumentasi konten, dan wawancara dengan pengelola akun. Data dianalisis menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun tersebut lebih dominan digunakan untuk publikasi organisasi, promosi kegiatan, dan pembentukan citra peserta daripada promosi kearifan lokal secara berkelanjutan. Unsur budaya lokal, seperti pakaian adat, muncul dalam beberapa unggahan, tetapi jarang disertai narasi edukatif mengenai makna, nilai, dan konteksnya. Akun ini memiliki potensi kuat sebagai media komunikasi budaya, tetapi memerlukan strategi konten yang lebih terarah. Rekomendasi penelitian meliputi penyusunan kalender konten budaya, pembuatan rubrik edukasi kearifan lokal secara rutin, dan kolaborasi dengan komunitas budaya untuk memperkuat promosi budaya lokal.

Kata kunci:

Komunikasi budaya; Instagram; kearifan lokal; promosi budaya; Putera Puteri Tebing Tinggi.

Pendahuluan

Perkembangan media sosial telah mengubah cara organisasi, komunitas, dan masyarakat lokal menyampaikan informasi kepada publik. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai ruang interaksi, tetapi juga sebagai sarana membangun identitas, memperkenalkan kegiatan, dan menyampaikan pesan kepada khalayak secara lebih cepat dan terbuka. Dalam konteks komunikasi digital, Instagram menjadi salah satu platform yang banyak dimanfaatkan karena menggabungkan unsur visual, teks, audio, dan interaksi pengguna dalam satu ruang

komunikasi. Pemanfaatan Instagram dalam penyebaran informasi telah terlihat pada berbagai konteks, termasuk penyampaian informasi lokal kepada masyarakat dan komunikasi organisasi melalui media sosial (Butar-Butar & Harahap, 2025; Nurhayati & Harahap, 2022).

Dalam konteks komunikasi budaya, media sosial dapat menjadi ruang untuk memperkenalkan simbol, nilai, tradisi, dan identitas lokal kepada masyarakat. Namun, keberadaan media sosial tidak secara otomatis menjamin bahwa kearifan lokal dapat tersampaikan secara kuat dan berkelanjutan. Konten budaya memerlukan pengelolaan pesan yang konsisten, narasi yang jelas, serta keterlibatan audiens agar tidak hanya hadir sebagai elemen visual, tetapi juga sebagai sarana edukasi dan pelestarian budaya. Khoiriyah et al. (2021) menunjukkan bahwa Instagram dapat digunakan untuk mendiseminasikan informasi budaya melalui pendekatan visual, sedangkan Silalahi dan Kusumo (2023) menekankan pentingnya komunikasi digital dalam mendukung pelestarian kearifan lokal di tengah perubahan sosial.

Kearifan lokal merupakan bagian dari identitas masyarakat yang mencerminkan nilai, pengetahuan, kebiasaan, dan praktik sosial yang berkembang dalam kehidupan suatu daerah. Nilai-nilai lokal tersebut perlu dikenalkan kembali kepada masyarakat, terutama generasi muda, melalui media komunikasi yang dekat dengan kehidupan sehari-hari mereka. Dalam kajian komunikasi pariwisata dan budaya, kearifan lokal sering ditempatkan sebagai unsur penting dalam membangun identitas daerah serta memperkuat hubungan masyarakat dengan lingkungan sosial dan budayanya (Marizki et al., 2022; Mafiroh et al., 2022). Oleh karena itu, penggunaan media sosial untuk memperkenalkan kearifan lokal perlu diarahkan tidak hanya pada aspek promosi, tetapi juga pada penguatan pemahaman masyarakat terhadap makna budaya yang ditampilkan.

Kota Tebing Tinggi sebagai salah satu daerah di Sumatera Utara memiliki keragaman sosial dan budaya yang tercermin dalam interaksi masyarakat, adat istiadat, bahasa, nilai sosial, dan praktik budaya lokal. Pratiwi dan Syahminan (2025) menjelaskan bahwa komunikasi budaya masyarakat Tebing Tinggi memperlihatkan adanya keberagaman etnis dan relasi sosial yang menjadi bagian dari identitas kota. Keragaman tersebut dapat menjadi sumber materi komunikasi budaya yang diperkenalkan melalui media digital, termasuk melalui konten mengenai sejarah kota, tradisi masyarakat, kuliner lokal, bahasa daerah, pakaian adat, tokoh budaya, dan kegiatan komunitas.

Salah satu akun Instagram yang memiliki peluang untuk memperkenalkan identitas lokal Kota Tebing Tinggi adalah akun Putera Puteri Tebing Tinggi. Sebagai organisasi yang merepresentasikan generasi muda daerah, Putera Puteri Tebing Tinggi memiliki posisi strategis untuk ikut memperkenalkan kearifan lokal melalui konten digital. Peran generasi muda dalam komunikasi budaya menjadi penting karena mereka dapat menjembatani nilai-nilai lokal dengan bentuk komunikasi yang lebih sesuai dengan karakter media sosial. Studi Ndamanuna et al. (2025) menunjukkan bahwa akun Instagram organisasi mahasiswa dapat digunakan untuk mengangkat budaya lokal melalui pengelolaan konten visual, sedangkan Shofi (2025) menegaskan bahwa strategi komunikasi di Instagram dapat berkaitan dengan upaya menampilkan identitas kebudayaan.

Meskipun demikian, pengamatan awal terhadap akun Instagram Putera Puteri Tebing Tinggi menunjukkan bahwa konten yang dipublikasikan masih cenderung berfokus pada publikasi kegiatan organisasi, dokumentasi peserta, promosi acara, dan pembentukan citra kelembagaan. Unsur budaya lokal memang muncul dalam beberapa unggahan, misalnya melalui penggunaan pakaian adat atau simbol daerah, tetapi belum selalu disertai penjelasan mengenai makna, nilai, atau konteks budaya yang ditampilkan. Kondisi ini menunjukkan adanya jarak antara potensi akun sebagai media komunikasi budaya dan praktik pengelolaan konten yang masih lebih dominan berorientasi pada publikasi organisasi.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas penggunaan Instagram dalam promosi budaya, komunikasi pariwisata, dan representasi identitas lokal. Khoiriyah et al. (2021) membahas model diseminasi informasi budaya melalui Instagram, Mafiroh et al. (2022) mengkaji nilai budaya dalam promosi wisata melalui akun Instagram, Kedoh et al. (2025) meneliti Instagram sebagai etalase budaya lokal dalam praktik komunikasi pariwisata budaya, dan Junaedi et al. (2025) membahas representasi budaya lokal dalam konten Instagram pariwisata. Selain itu, Mulyono et al. (2024) menunjukkan bahwa media sosial dapat digunakan dalam konstruksi kesadaran masyarakat berbasis kearifan lokal. Namun, kajian yang secara khusus melihat akun organisasi duta daerah sebagai ruang komunikasi budaya dan promosi kearifan lokal masih perlu dikembangkan, terutama dalam kaitannya dengan penguatan strategi konten dan keterlibatan komunitas lokal.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana akun Instagram Putera Puteri Tebing Tinggi digunakan dalam mempromosikan kearifan lokal Kota Tebing Tinggi dalam perspektif komunikasi budaya. Fokus penelitian diarahkan pada bentuk representasi budaya lokal, kecenderungan isi konten, serta peluang penguatan strategi komunikasi budaya melalui media sosial. Penelitian ini tidak dimaksudkan untuk mengukur efektivitas promosi secara kuantitatif, melainkan untuk memberikan pemetaan awal dan rekomendasi praktis bagi pengelolaan konten budaya yang lebih terarah. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengelola akun, organisasi pemuda daerah, dan komunitas budaya dalam menyusun konten digital yang lebih edukatif, partisipatif, dan mendukung promosi kearifan lokal Kota Tebing Tinggi secara berkelanjutan.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian

bertujuan untuk menggambarkan pemanfaatan akun Instagram Putera Puteri Tebing Tinggi dalam menampilkan dan mempromosikan unsur kearifan lokal Kota Tebing Tinggi. Penelitian ini tidak dimaksudkan untuk mengukur efektivitas promosi, dampak sosial, atau perubahan kesadaran masyarakat secara kuantitatif, tetapi untuk memetakan kecenderungan konten yang dipublikasikan dan melihat sejauh mana unsur budaya lokal ditampilkan dalam akun tersebut.

Objek penelitian ini adalah akun Instagram Putera Puteri Tebing Tinggi. Fokus penelitian diarahkan pada unggahan yang memuat aktivitas organisasi, promosi kegiatan, dokumentasi peserta atau finalis, serta unggahan yang menampilkan unsur budaya lokal. Observasi dilakukan terhadap unggahan dalam periode yang ditentukan oleh peneliti. Data yang diamati meliputi bentuk visual, jenis unggahan, caption, tema konten, tanggal unggahan, serta respons audiens yang tampak melalui jumlah like dan komentar. Rincian data observasi disajikan pada [Tabel 1](#).

Tabel 1. Data Observasi Unggahan Instagram Putera Puteri Tebing Tinggi

No.	Periode Observasi	Jumlah Unggahan Diamati	Jenis Unggahan	Keterangan
1	1 Jan - 31 Mar 2026	28 Unggahan	Foto	Mayoritas Dokumen Peserta
2	1 Jan - 31 Mar 2026	15 unggahan	Carousel	Rangkuman kegiatan panitia
3	1 Jan - 31 Mar 2026	7 unggahan	Reels/Video	Teaser acara dan profil finalis
4	1 Jan - 31 Mar 2026	50 caption	Caption	Teks penyerta pada setiap unggahan
5	1 Jan - 31 Mar 2026	312 komentar	Komentar Audiens	Teks penyerta pada setiap unggahan

Pemilihan unggahan dilakukan secara purposive, yaitu berdasarkan kesesuaian unggahan dengan fokus penelitian. Unggahan yang diamati kemudian dikelompokkan ke dalam beberapa kategori untuk melihat kecenderungan isi akun. Kategori tersebut meliputi konten budaya lokal, konten kegiatan organisasi, konten promosi acara, konten dokumentasi peserta atau finalis, dan konten lainnya. Pengelompokan ini digunakan untuk mengetahui apakah akun lebih banyak menampilkan konten budaya lokal atau lebih dominan digunakan sebagai media publikasi organisasi. Kategori konten yang dianalisis disajikan pada [Tabel 2](#).

Tabel 2. Kategori Konten yang Dianalisis

No.	Kategori Konten	Kriteria Kategori	Jumlah Unggahan	Persentase
1	Konten budaya lokal	Unggahan yang menampilkan adat, pakaian adat, bahasa daerah, kuliner, sejarah, tradisi, simbol lokal, atau nilai kearifan lokal	5	10%
2	Konten kegiatan organisasi	Unggahan yang memuat aktivitas internal, agenda organisasi, rapat, pelatihan, atau kegiatan Putera Puteri Tebing Tinggi	22	44%
3	Konten promosi acara	Unggahan yang berisi informasi pendaftaran, pengumuman, promosi kegiatan, atau publikasi acara	10	20%
4	Konten dokumentasi peserta/finalis	Unggahan yang menampilkan profil, sesi foto, aktivitas, atau citra peserta/finalis	11	22%
5	Konten lainnya	Unggahan di luar kategori budaya lokal, kegiatan organisasi, promosi acara, dan dokumentasi peserta/finalis	2	4%
Total			50	100%

Kriteria pemilihan unggahan ditetapkan agar data yang dianalisis tetap sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria inklusi meliputi unggahan yang dipublikasikan dalam periode observasi, berasal dari akun Instagram Putera Puteri Tebing Tinggi, dapat diakses secara lengkap, serta memuat aktivitas organisasi, promosi kegiatan, dokumentasi peserta, atau unsur budaya lokal. Adapun unggahan yang berada di luar periode observasi, tidak berkaitan dengan fokus penelitian, atau tidak dapat diamati secara lengkap tidak dimasukkan dalam analisis. Kriteria pemilihan unggahan disajikan pada [Tabel 3](#).

Tabel 3. Kriteria Pemilihan Unggahan

No.	Kriteria Inklusi	Kriteria Eksklusi	Keterangan
1	Unggahan dipublikasikan dalam periode observasi penelitian	Unggahan di luar periode observasi	Dibatasi unggahan Q1 2026 (Jan-Mar)
2	Unggahan berasal dari akun Instagram Putera Puteri Tebing Tinggi	Unggahan dari akun lain yang hanya dibagikan ulang tanpa konteks yang jelas	Tidak termasuk <i>repost</i> Instastory audiens
3	Unggahan memuat aktivitas organisasi, promosi kegiatan, dokumentasi peserta, atau unsur budaya lokal	Unggahan yang tidak berkaitan dengan fokus penelitian	Ucapan hari raya umum dieksklusi
4	Unggahan dapat diamati melalui visual, caption, tanggal publikasi, dan respons audiens yang tampak	Unggahan yang tidak dapat diakses secara lengkap	Unggahan yang diarsip tidak dihitung

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara. Observasi dilakukan dengan mengamati unggahan pada akun Instagram Putera Puteri Tebing Tinggi, terutama dari aspek visual, caption, tema konten, kategori konten, dan respons audiens yang tampak. Dokumentasi dilakukan dengan menyimpan tangkapan layar unggahan dan mencatat informasi pendukung, seperti tanggal unggahan, jenis konten, tema konten, jumlah like, dan jumlah komentar. Wawancara dilakukan dengan informan yang dipilih secara purposive, yaitu pihak yang memiliki keterkaitan dengan pengelolaan akun atau memahami konteks publikasi konten Putera Puteri Tebing Tinggi. Data informan penelitian disajikan pada [Tabel 4](#).

Tabel 4. Data Informan Penelitian

No.	Kode Informan	Posisi/Peran	Alasan Pemilihan Informan	Teknik Pengumpulan Data
1	Informan 1	Ketua Umum Paguyuban Putera Puteri Tebing Tinggi	Mengetahui visi, misi, dan arahan program kerja organisasi	Wawancara
2	Informan 2	Admin Media Sosial / Divisi Kominfo	Pelaksana teknis yang menyusun dan mengunggah konten di Instagram	Wawancara
3	Informan 3	Finalis Putera Tebing Tinggi 2025	Aktor yang terlibat langsung dalam representasi visual di media sosial	Wawancara
4	Informan 4	Pemuda Lokal Tebing Tinggi (Follower aktif)	Mewakili audiens untuk melihat penerimaan pesan budaya	Wawancara

Data respons audiens digunakan sebagai data pendukung untuk menggambarkan bentuk interaksi yang tampak pada unggahan. Data ini tidak digunakan untuk menyimpulkan keberhasilan promosi atau dampak sosial, tetapi hanya untuk memperlihatkan respons awal audiens terhadap konten yang dipublikasikan. Aspek yang dicatat meliputi tanggal unggahan, jenis unggahan, tema konten, jumlah like, jumlah komentar, dan bentuk respons audiens yang terlihat pada kolom komentar. Data respons audiens disajikan pada [Tabel 5](#).

Tabel 5. Data Respons Audiens pada Unggahan

No.	Tanggal Unggahan	Jenis Unggahan	Tema Konten	Jumlah Like	Jumlah Komentar	Bentuk Respons Audiens yang Tampak
1	12 Jan 2026	Foto	Pendaftaran Pemilihan 2026	315	24	Bertanya tentang syarat batas usia dan domisili
2	05 Feb 2026	Carousel	Rapat Kerja Panitia	142	3	Dukungan emotikon api dan ucapan semangat
3	18 Feb 2026	Foto	Sesi Foto Baju Adat Melayu	420	31	Pujian visual ("Cantik", "Gagah"), dukungan pada finalis favorit
4	02 Mar 2026	Reels	Kunjungan ke Panti Asuhan	210	8	Apresiasi kegiatan sosial panitia
5	15 Mar 2026	Foto	Profil Top 10 Finalis	530	56	Tagging akun teman dan kampanye dukungan voting

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang terdiri atas reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti menyeleksi unggahan yang sesuai dengan fokus penelitian, mengelompokkan konten berdasarkan kategori, dan mencatat unsur budaya lokal yang muncul dalam unggahan. Pada tahap penyajian data, hasil observasi dan dokumentasi disusun dalam bentuk tabel kategori konten, tabel respons audiens, serta uraian tematik mengenai bentuk representasi budaya lokal dan kecenderungan penggunaan akun. Pada tahap penarikan kesimpulan, peneliti menafsirkan pola temuan untuk melihat bagaimana akun Instagram Putera Puteri Tebing Tinggi digunakan dalam menampilkan kearifan lokal dan bagian apa saja yang masih perlu diperkuat.

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data dari unggahan Instagram, keterangan informan, dan dokumentasi konten. Triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan hasil observasi, dokumentasi, dan wawancara. Triangulasi ini digunakan untuk memperkuat interpretasi temuan agar tidak hanya bergantung pada pengamatan terhadap konten visual. Matriks triangulasi data disajikan pada [Tabel 6](#).

Tabel 6. Matriks Triangulasi Data

No.	Temuan Utama	Data Observasi Instagram	Data Wawancara	Data Dokumentasi	Kesimpulan Sementara
1	Dominasi konten publikasi organisasi	66% feed berisi rapat panitia dan promosi acara duta.	"Saat ini fokus kami memang menjaring peserta sebanyak mungkin via IG." (Informan 2)	Jadwal <i>content plan</i> admin bulan Januari-Maret.	Akun lebih berfungsi sebagai humas acara daripada etalase budaya.
2	Keterbatasan konten budaya lokal	Hanya 5 dari 50 unggahan (10%) yang memuat baju daerah/kuliner lokal.	"Konten edukasi budaya spesifik belum ada jadwal rutinnya, Bang." (Informan 2)	Arsip <i>feed</i> Instagram Q1 2026.	Promosi kearifan lokal belum jadi agenda utama redaksi.
3	Penggunaan simbol budaya dalam unggahan tertentu	Finalis mengenakan Tengkuluk dan Baju Kurung pada unggahan 18 Februari.	"Baju adat wajib dipakai saat sesi foto resmi, untuk identitas daerah." (Informan 1)	Tangkapan layar unggahan tanggal 18 Feb 2026.	Budaya hadir sebagai properti visual/simbolik, bukan subjek utama edukasi.
4	Peluang penguatan konten budaya lokal	Engagement pada foto baju adat (420 likes) lebih tinggi dari foto rapat panitia (142 likes).	"Kami mau aja bikin konten sejarah Tebing Tinggi kalau ada arahan." (Informan 3)	Perbandingan jumlah interaksi <i>likes/comments</i> (Tabel 5)	Minat audiens tinggi pada visual budaya, perlu dioptimalkan lewat narasi

Penelitian ini juga mencatat aspek yang dapat digunakan sebagai dasar penyusunan rekomendasi

penguatan konten. Aspek ini tidak diperlakukan sebagai ukuran dampak masyarakat, tetapi sebagai indikator deskriptif untuk melihat peluang perbaikan pengelolaan konten budaya pada akun Instagram Putera Puteri Tebing Tinggi. Aspek yang diamati meliputi keberadaan konten edukasi budaya, narasi nilai budaya dalam caption, respons audiens yang tampak, dan kemungkinan pelibatan komunitas budaya dalam konten. Aspek penguatan konten budaya disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Aspek Penguatan Konten Budaya yang Diamati

No.	Aspek yang Diamati	Indikator Deskriptif	Sumber Data	Keterangan
1	Edukasi budaya lokal	Ada atau tidaknya konten yang mengenalkan adat, tradisi, bahasa daerah, kuliner, sejarah, atau simbol lokal	Observasi unggahan dan dokumentasi	Sangat terbatas, hanya 1 unggahan menyinggung sejarah Lemang Tebing Tinggi.
2	Narasi nilai budaya	Ada atau tidaknya caption atau visual yang menjelaskan makna, nilai, atau konteks budaya lokal	Observasi caption dan dokumentasi	Tidak ada. <i>Caption</i> lebih banyak berisi nama finalis dan <i>quote</i> motivasi.
3	Respons audiens	Ada atau tidaknya like, komentar, pertanyaan, atau tanggapan audiens terhadap konten budaya lokal	Observasi respons audiens	Ada, namun berupa apresiasi fisik/estetika, bukan diskusi makna budaya.
4	Pelibatan komunitas budaya	Ada atau tidaknya konten yang menunjukkan keterlibatan pelaku seni, tokoh budaya, komunitas lokal, atau masyarakat	Observasi unggahan, dokumentasi, dan wawancara	Tidak ada kolaborasi <i>collab post</i> dengan sanggar tari/seniman lokal.
5	Kebutuhan pengembangan konten	Ada atau tidaknya kebutuhan kalender konten, rubrik edukasi budaya, dan strategi publikasi budaya lokal	Hasil analisis dan wawancara	Sangat dibutuhkan rubrik khusus seperti "Selasa Budaya".

Hasil

Hasil penelitian ini disajikan berdasarkan observasi terhadap unggahan akun Instagram Putera Puteri Tebing Tinggi, dokumentasi konten, serta wawancara dengan informan yang berkaitan dengan pengelolaan akun. Temuan diarahkan untuk menggambarkan kecenderungan penggunaan akun, bentuk representasi budaya lokal yang muncul, serta aspek yang masih perlu diperkuat dalam promosi kearifan lokal Kota Tebing Tinggi. Penelitian ini tidak menyimpulkan efektivitas promosi atau dampak sosial secara langsung, tetapi memaparkan temuan deskriptif berdasarkan data yang diperoleh.

Gambaran Umum Akun Instagram Putera Puteri Tebing Tinggi

Akun Instagram Putera Puteri Tebing Tinggi merupakan media digital yang digunakan untuk mempublikasikan berbagai informasi terkait kegiatan organisasi, promosi acara, dokumentasi peserta, serta beberapa unggahan yang menampilkan unsur budaya lokal. Berdasarkan tampilan profil akun, Instagram ini berfungsi sebagai ruang publikasi organisasi dan media penyampaian informasi kepada audiens digital, terutama generasi muda yang mengikuti aktivitas Putera Puteri Tebing Tinggi.



Gambar 1. Tampilan Profil Akun Instagram Putera Puteri Tebing Tinggi

Berdasarkan observasi terhadap unggahan dalam periode [isi periode observasi], akun ini memuat

beberapa jenis konten, seperti foto, carousel, reels atau video, caption, dan respons audiens melalui komentar. Secara umum, unggahan yang diamati menunjukkan bahwa akun lebih banyak digunakan untuk mempublikasikan aktivitas organisasi dan dokumentasi peserta dibandingkan sebagai media yang secara khusus dan berkelanjutan mempromosikan kearifan lokal Kota Tebing Tinggi.

Kecenderungan tersebut terlihat dari banyaknya unggahan yang menampilkan aktivitas organisasi, pengumuman kegiatan, promosi acara, dan dokumentasi peserta atau finalis. Sementara itu, unggahan yang secara langsung menampilkan atau menjelaskan unsur budaya lokal ditemukan dalam jumlah yang lebih terbatas. Distribusi kategori konten disajikan pada [Tabel 8](#).

Tabel 8. Distribusi Kategori Konten Instagram Putera Puteri Tebing Tinggi

No.	Kategori Konten	Jumlah Unggahan	Persentase	Keterangan
1	Konten budaya lokal	5	10%	Sangat minim
2	Konten kegiatan organisasi	22	44%	Paling Dominan
3	Konten promosi acara	10	20%	Dominan
4	Konten dokumentasi peserta/finalis	11	22%	Dominan
5	Konten lainnya	2	4%	-
Total		50	100%	

Data pada Tabel 8 digunakan untuk memperjelas kecenderungan penggunaan akun. Apabila jumlah konten kegiatan organisasi, promosi acara, dan dokumentasi peserta lebih banyak dibandingkan konten budaya lokal, maka temuan tersebut menunjukkan bahwa promosi kearifan lokal belum menjadi fokus utama dalam pengelolaan akun.

Dominasi Konten Publikasi Organisasi

Hasil observasi menunjukkan bahwa akun Instagram Putera Puteri Tebing Tinggi lebih dominan menampilkan konten yang berkaitan dengan publikasi organisasi. Konten tersebut meliputi dokumentasi kegiatan, pengumuman acara, promosi program, sesi pemotretan, serta aktivitas peserta atau finalis. Pola ini menunjukkan bahwa akun berfungsi sebagai media informasi dan pembentukan citra organisasi.



Gambar 2. Contoh Unggahan Publikasi Kegiatan Organisasi

Unggahan publikasi organisasi umumnya menampilkan aktivitas Putera Puteri Tebing Tinggi dalam bentuk visual yang rapi dan komunikatif. Namun, pada beberapa unggahan, narasi yang digunakan lebih berfokus pada informasi kegiatan, peserta, atau agenda organisasi. Unsur budaya lokal belum selalu menjadi bagian utama dalam visual maupun caption. Dengan demikian, akun ini dapat dipahami sebagai media publikasi organisasi yang memiliki peluang untuk diperkuat sebagai media komunikasi budaya.

Representasi Budaya Lokal dalam Unggahan

Representasi budaya lokal pada akun Instagram Putera Puteri Tebing Tinggi muncul dalam beberapa unggahan tertentu. Unsur budaya lokal dapat terlihat melalui penggunaan pakaian adat, simbol daerah, atau visual yang berkaitan dengan identitas lokal. Namun, berdasarkan hasil pengamatan, unsur budaya tersebut belum ditampilkan secara konsisten sebagai tema utama konten.



Gambar 3. Contoh Unggahan yang Menampilkan Unsur Budaya Lokal

Salah satu bentuk representasi budaya yang terlihat adalah penggunaan pakaian adat dalam unggahan tertentu. Unsur tersebut dapat dipahami sebagai bagian dari identitas budaya, tetapi penyajiannya masih cenderung menjadi elemen visual dalam kegiatan organisasi. Caption atau narasi pada unggahan belum selalu menjelaskan makna pakaian adat, nilai budaya, sejarah, atau konteks sosial yang berkaitan dengan simbol budaya tersebut. Oleh karena itu, representasi budaya lokal dalam akun ini masih perlu diperkuat agar tidak hanya hadir sebagai tampilan visual, tetapi juga sebagai informasi budaya yang lebih edukatif.

Contoh unggahan yang memuat unsur budaya lokal dapat disajikan pada [Tabel 9](#).

Tabel 9. Contoh Unggahan yang Memuat Unsur Budaya Lokal

No.	Tanggal Unggahan	Jenis Unggahan	Unsur Budaya yang Tampak	Bentuk Visual/Narasi	Keterangan
1	18 Feb 2026	Foto	Pakaian adat	Finalis pria mengenakan Teluk Belanga dan Tanjak.	Properti pemotretan
2	20 Feb 2026	Foto	Simbol daerah	Finalis wanita mengenakan Baju Kurung Melayu dan Songket.	Properti pemotretan
3	10 Mar 2026	Reels	Tradisi/kegiatan budaya	Video finalis membagikan takjil Lemang khas Tebing Tinggi.	Kegiatan bakti sosial.
4	24 Mar 2026	Foto	Bahasa atau istilah lokal	Latar belakang foto menampilkan ornamen ukiran khas Istana Negeri Padang.	Latar belakang acara.
5	28 Mar 2026	Carousel	Kuliner/sejarah/tokoh lokal	Dokumentasi finalis menari Tari Persembahan Tepak Sirih.	Pembukaan malam <i>grand final</i> .

[Tabel 9](#) digunakan untuk menunjukkan unggahan yang benar-benar memuat unsur budaya lokal. Melalui tabel ini, peneliti dapat menjelaskan bentuk budaya yang muncul, cara budaya tersebut ditampilkan, serta apakah unggahan tersebut sudah disertai narasi budaya atau masih terbatas pada visual.

Unsur Budaya dalam Visual dan Caption

Promosi kearifan lokal pada akun Instagram Putera Puteri Tebing Tinggi belum tampak sebagai pola konten yang konsisten. Beberapa unggahan memang menampilkan unsur budaya lokal, tetapi belum semua unggahan memberikan penjelasan tentang makna budaya yang ditampilkan. Hal ini menunjukkan bahwa promosi kearifan lokal masih lebih banyak muncul melalui representasi visual, belum sepenuhnya berkembang menjadi komunikasi budaya yang informatif dan edukatif.

Pada beberapa unggahan, visual yang digunakan lebih menonjolkan peserta, kegiatan, atau citra organisasi. Sementara itu, informasi mengenai kearifan lokal, seperti sejarah, nilai adat, tradisi, bahasa daerah, kuliner, atau tokoh budaya lokal, belum menjadi bagian utama dalam penyusunan caption. Kondisi ini menunjukkan bahwa akun memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai media promosi budaya lokal, tetapi masih memerlukan penguatan pada aspek narasi konten.

Analisis unsur budaya dalam visual dan caption disajikan pada [Tabel 10](#).

Tabel 10. Analisis Unsur Budaya dalam Visual dan Caption

No.	Tanggal Unggahan	Tema Unggahan	Unsur Budaya dalam Visual	Unsur Budaya dalam Caption	Catatan Analisis
1	18 Feb 2026	Sesi Foto Pria	Ada (Tanjak Melayu)	Tidak ada	Caption hanya meminta dukungan like untuk finalis no urut 3.
2	20 Feb 2026	Sesi Foto	Ada (Songket)	Tidak ada	Caption berisi motto hidup peserta.

No.	Tanggal Unggahan	Tema Unggahan	Unsur Budaya dalam Visual	Unsur Budaya dalam Caption	Catatan Analisis
3	10 Mar 2026	Wanita Bagi Takjil Lemang	Ada (Lemang)	Tidak ada	Caption fokus pada indahnya berbagi di bulan suci.
4	24 Mar 2026	Kunjungan Tokoh	Ada (Ukiran Melayu)	Tidak ada	Caption menyebutkan nama-nama pejabat yang dikunjungi.
5	28 Mar 2026	Tari Persembahan	Ada (Tepak Sirih)	Ada (sedikit)	Caption hanya menulis "Tari Persembahan memukau", tanpa makna tepak sirih.

Tabel 10 penting untuk membedakan antara budaya yang hanya muncul sebagai visual dan budaya yang dijelaskan melalui caption. Jika unsur budaya hanya muncul dalam visual tanpa penjelasan, maka konten tersebut lebih tepat dipahami sebagai representasi simbolik, bukan promosi kearifan lokal yang bersifat edukatif.

Respons Audiens yang Tampak pada Unggahan

Respons audiens dalam penelitian ini dilihat melalui data yang tampak pada unggahan, seperti jumlah like, jumlah komentar, dan bentuk komentar yang muncul. Data ini digunakan sebagai informasi pendukung, bukan sebagai ukuran efektivitas promosi atau dampak terhadap kesadaran budaya masyarakat. Dengan demikian, respons audiens hanya dipahami sebagai gambaran awal mengenai interaksi pengguna terhadap konten yang dipublikasikan.



Gambar 4. Contoh Caption dan Respons Audiens pada Unggahan Budaya Lokal

Apabila unggahan budaya memperoleh respons berupa komentar, pertanyaan, apresiasi, atau bentuk interaksi lain, respons tersebut dapat dicatat sebagai bentuk perhatian audiens terhadap konten. Namun, penelitian ini tidak menyimpulkan bahwa respons tersebut menunjukkan perubahan pemahaman atau peningkatan kesadaran budaya, karena hal tersebut memerlukan pengukuran lebih lanjut.

Data respons audiens terhadap unggahan dapat disajikan pada **Tabel 11**.

Tabel 11. Respons Audiens terhadap Unggahan

No.	Tanggal Unggahan	Kategori Konten	Jumlah Like	Jumlah Komentar	Bentuk Respons Audiens yang Tampak
1	18 Feb 2026	Budaya lokal	420	31	Fokus pada ketampanan/kecantikan finalis, bukan pakaian adatnya.
2	05 Feb 2026	Kegiatan organisasi	142	3	Komentar pendek internal panitia ("Mantap", "Semangat").
3	12 Jan 2026	Promosi acara	315	24	Pertanyaan seputar pendaftaran teknis (link rusak, dsb).
4	15 Mar 2026	Dokumentasi peserta/finalis	530	56	Adu dukungan pendukung antar peserta (paling ramai interaksi).
5	01 Jan 2026	Lainnya	110	2	Ucapan selamat tahun baru.

Tabel 11 dapat membantu menjelaskan apakah konten budaya lokal memperoleh respons audiens atau justru kurang mendapat interaksi dibandingkan kategori konten lain. Namun, interpretasi terhadap data ini tetap dilakukan secara hati-hati karena jumlah like dan komentar tidak selalu mencerminkan pemahaman audiens

terhadap budaya lokal.

Temuan Hasil Penelitian

Berdasarkan observasi terhadap 50 unggahan periode 1 Januari–31 Maret 2026, sebanyak 43 unggahan (86%) berupa konten kegiatan organisasi, promosi acara, dan dokumentasi peserta/finalis, sedangkan konten budaya lokal berjumlah 5 unggahan (10%). Data ini menunjukkan bahwa akun Instagram Putera Puteri Tebing Tinggi lebih dominan berfungsi sebagai media publikasi organisasi.

Unsur budaya lokal ditemukan melalui pakaian adat, Lemang, ornamen lokal, dan Tepak Sirih. Namun, empat dari lima unggahan budaya tidak memuat narasi yang menjelaskan makna budaya, sedangkan satu unggahan hanya memberikan keterangan singkat. Dengan demikian, peran akun dalam promosi kearifan lokal telah muncul, tetapi belum menjadi pola konten yang konsisten dan edukatif.

Ringkasan temuan hasil penelitian disajikan pada [Tabel 12](#).

Tabel 12. Temuan Hasil Penelitian

No.	Aspek Temuan	Temuan Berdasarkan Data	Bukti Data	Interpretasi
1	Kecenderungan konten	Sebanyak 43 dari 50 unggahan (86%) berupa kegiatan organisasi, promosi acara, dan dokumentasi peserta/finalis.	22 unggahan kegiatan (44%); 10 promosi acara (20%); 11 dokumentasi peserta/finalis (22%).	Akun terutama berfungsi sebagai media publikasi organisasi.
2	Konten budaya lokal	Konten budaya ditemukan pada 5 dari 50 unggahan (10%).	Pakaian adat (18 dan 20 Feb), Lemang (10 Mar), ornamen lokal (24 Mar), dan Tepak Sirih (28 Mar 2026).	Promosi budaya telah muncul, tetapi belum dominan dan konsisten.
3	Narasi budaya	Empat unggahan budaya tidak memuat narasi budaya; satu unggahan hanya memberi keterangan singkat.	Tabel 10: empat caption tanpa penjelasan; satu caption menyebut Tari Persembahan tanpa menjelaskan makna Tepak Sirih.	Budaya lebih sering hadir sebagai simbol visual daripada pesan edukatif.
4	Respons audiens	Unggahan budaya 18 Feb memperoleh 420 like dan 31 komentar, tetapi komentar berfokus pada penampilan finalis.	Respons berupa pujian fisik; unggahan profil finalis 15 Mar memperoleh 530 like dan 56 komentar.	Interaksi menunjukkan perhatian, bukan bukti pemahaman atau dampak budaya.
5	Peluang penguatan	Konten budaya belum memiliki jadwal rutin, tetapi informan terbuka untuk pengembangan.	Wawancara Informan 2 dan 3; belum ada kolaborasi dengan sanggar atau seniman lokal.	Perlu kalender konten, rubrik edukasi, dan kolaborasi budaya.

Secara keseluruhan, fungsi publikasi organisasi lebih dominan daripada fungsi promosi budaya. Konten budaya hanya mencakup 10% dari unggahan yang diamati dan sebagian besar disajikan tanpa narasi edukatif. Penguatan dapat dilakukan melalui kalender konten budaya, rubrik edukasi rutin, penjelasan makna budaya dalam caption, serta kolaborasi dengan komunitas atau pelaku budaya lokal.

Diskusi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram Putera Puteri Tebing Tinggi lebih dominan digunakan sebagai media publikasi organisasi dibandingkan sebagai media promosi kearifan lokal secara berkelanjutan. Dominasi tersebut terlihat dari kecenderungan unggahan yang memuat dokumentasi kegiatan, promosi acara, pengumuman, dan citra peserta atau finalis. Temuan ini menunjukkan bahwa fungsi utama akun masih berada pada ranah penyampaian informasi organisasi dan pembentukan citra kelembagaan. Dalam konteks komunikasi digital, penggunaan Instagram untuk publikasi organisasi merupakan hal yang wajar karena platform ini memungkinkan penyebaran informasi secara visual, cepat, dan mudah diakses oleh audiens. Namun, apabila dikaitkan dengan tujuan promosi kearifan lokal, pola konten tersebut menunjukkan bahwa unsur budaya lokal belum menjadi fokus utama dalam strategi komunikasi akun.

Temuan ini sejalan dengan pandangan bahwa media sosial dapat menjadi ruang komunikasi budaya apabila konten yang dipublikasikan mampu menampilkan simbol, nilai, dan narasi budaya secara terarah. Khoiriyah et al. (2021) menjelaskan bahwa Instagram dapat digunakan untuk menyebarkan informasi budaya melalui kekuatan visual dan interaksi digital. Akan tetapi, potensi tersebut tidak otomatis terwujud apabila konten budaya hanya hadir secara sesekali atau tidak disertai narasi yang menjelaskan makna budaya. Dalam konteks akun Putera Puteri Tebing Tinggi, unsur budaya lokal memang ditemukan dalam beberapa unggahan, tetapi belum tampak sebagai pola komunikasi yang konsisten.

Representasi budaya lokal dalam akun ini masih cenderung bersifat visual dan simbolik. Penggunaan pakaian adat atau simbol lokal dapat menunjukkan adanya upaya menampilkan identitas budaya, tetapi belum cukup untuk disebut sebagai promosi kearifan lokal yang kuat apabila tidak disertai penjelasan mengenai nilai, sejarah, fungsi sosial, atau makna budaya yang ditampilkan. Junaedi et al. (2025) menunjukkan bahwa representasi budaya dalam konten Instagram tidak hanya berkaitan dengan tampilan visual, tetapi juga dengan cara makna budaya dikonstruksi dan dipahami oleh audiens. Dengan demikian, apabila unsur budaya hanya tampil sebagai atribut visual dalam kegiatan organisasi, maka pesan budaya yang diterima audiens berpotensi terbatas pada aspek estetika.

Dari sisi komunikasi budaya, kondisi tersebut memperlihatkan bahwa akun Putera Puteri Tebing Tinggi

masih memiliki ruang penguatan pada aspek narasi. Caption, visual, dan tema unggahan dapat diarahkan untuk tidak hanya menampilkan kegiatan, tetapi juga memberikan informasi singkat mengenai budaya lokal Kota Tebing Tinggi. Misalnya, unggahan yang menampilkan pakaian adat dapat dilengkapi dengan penjelasan mengenai nama pakaian, asal-usul, makna simbolik, serta konteks penggunaannya. Begitu pula konten mengenai kegiatan organisasi dapat dihubungkan dengan nilai lokal, sejarah kota, bahasa daerah, kuliner, atau tokoh budaya setempat. Dengan cara ini, konten tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi, tetapi juga sebagai media pengenalan budaya yang lebih informatif.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa respons audiens yang tampak melalui like dan komentar dapat digunakan sebagai data pendukung untuk memahami bentuk interaksi awal terhadap konten. Namun, data tersebut tidak dapat langsung dimaknai sebagai bukti keberhasilan promosi atau peningkatan kesadaran budaya. Jumlah like dan komentar hanya menunjukkan adanya aktivitas interaksi pada unggahan, bukan ukuran pemahaman audiens terhadap nilai budaya yang disampaikan. Oleh karena itu, interpretasi terhadap engagement perlu dilakukan secara hati-hati. Dalam penelitian ini, respons audiens lebih tepat dipahami sebagai gambaran awal mengenai perhatian pengguna terhadap konten, bukan sebagai indikator dampak sosial.

Apabila dikaitkan dengan fokus J-IbM yang menekankan kontribusi praktis bagi masyarakat, hasil penelitian ini dapat diarahkan pada rekomendasi penguatan pengelolaan konten, bukan pada klaim dampak yang belum diukur. Akun Puteri Puteri Tebing Tinggi memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai media komunikasi budaya karena dikelola oleh organisasi generasi muda daerah dan memiliki kedekatan dengan audiens digital. Namun, peluang tersebut perlu didukung oleh strategi konten yang lebih terencana. Ndamanuna et al. (2025) menunjukkan bahwa akun Instagram organisasi dapat digunakan untuk mengangkat budaya lokal melalui pengelolaan konten visual, sedangkan Shofi (2025) menekankan pentingnya strategi komunikasi dalam menampilkan identitas kebudayaan di Instagram.

Strategi penguatan yang dapat dipertimbangkan adalah penyusunan kalender konten budaya, pembuatan rubrik edukasi kearifan lokal, dan pelibatan komunitas budaya. Kalender konten dapat membantu pengelola akun menyusun tema unggahan secara lebih konsisten, misalnya konten mingguan tentang sejarah Kota Tebing Tinggi, bahasa lokal, kuliner khas, tradisi masyarakat, pakaian adat, atau tokoh budaya. Rubrik edukasi budaya dapat digunakan untuk memberikan informasi singkat dan mudah dipahami oleh audiens muda. Sementara itu, pelibatan komunitas budaya, pelaku seni, tokoh adat, atau masyarakat lokal dapat memperkuat validitas informasi budaya yang disampaikan.

Dalam konteks promosi kearifan lokal, kolaborasi dengan komunitas budaya menjadi penting karena informasi budaya tidak hanya bersumber dari pengelola akun, tetapi juga dari pihak yang memiliki pengetahuan dan pengalaman langsung dalam praktik budaya lokal. Mulyono et al. (2024) menunjukkan bahwa media sosial dapat digunakan dalam proses pembentukan kesadaran berbasis kearifan lokal apabila melibatkan konteks sosial masyarakat. Namun, dalam penelitian ini, keterlibatan komunitas belum dapat disimpulkan sebagai dampak yang sudah terjadi. Keterlibatan tersebut lebih tepat diposisikan sebagai peluang pengembangan agar konten budaya tidak hanya bersifat dokumentatif, tetapi juga lebih partisipatif dan kontekstual.

Dengan demikian, diskusi ini menegaskan bahwa akun Instagram Puteri Puteri Tebing Tinggi memiliki potensi sebagai media komunikasi budaya, tetapi pemanfaatannya dalam promosi kearifan lokal masih perlu diperkuat. Temuan penelitian tidak menunjukkan bahwa akun tersebut gagal menjalankan fungsi budaya, melainkan menunjukkan bahwa fungsi budaya belum menjadi pola utama dalam pengelolaan konten. Oleh karena itu, penguatan strategi konten menjadi kebutuhan penting agar akun tidak hanya berperan sebagai media publikasi organisasi, tetapi juga dapat membantu memperkenalkan kearifan lokal Kota Tebing Tinggi secara lebih terarah, informatif, dan berkelanjutan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, akun Instagram Puteri Puteri Tebing Tinggi belum secara konsisten digunakan sebagai media promosi kearifan lokal Kota Tebing Tinggi. Konten yang dipublikasikan masih lebih dominan memuat aktivitas organisasi, promosi kegiatan, dokumentasi peserta atau finalis, serta pembentukan citra Puteri Puteri Tebing Tinggi sebagai representasi generasi muda daerah.

Representasi budaya lokal ditemukan dalam beberapa unggahan, terutama melalui penggunaan pakaian adat atau simbol budaya tertentu. Namun, unsur budaya tersebut belum selalu disertai narasi yang menjelaskan makna, nilai, sejarah, atau konteks budaya lokal. Dengan demikian, konten budaya yang muncul masih cenderung bersifat visual dan belum sepenuhnya dikembangkan sebagai komunikasi budaya yang edukatif dan berkelanjutan.

Dalam perspektif komunikasi budaya, akun Instagram Puteri Puteri Tebing Tinggi memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai media promosi kearifan lokal karena memiliki kedekatan dengan generasi muda dan identitas daerah. Akan tetapi, berdasarkan data yang diamati, pemanfaatan akun tersebut masih perlu diperkuat melalui pengelolaan konten yang lebih terarah. Penguatan tersebut dapat dilakukan melalui penyusunan kalender konten budaya, pembuatan rubrik edukasi kearifan lokal, penambahan narasi budaya pada caption, serta pelibatan komunitas budaya atau pelaku seni lokal dalam penyusunan konten.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada ruang lingkup data yang berfokus pada observasi konten Instagram, dokumentasi unggahan, dan wawancara terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini belum mengukur

efektivitas promosi, perubahan kesadaran budaya audiens, atau dampak sosial secara langsung. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan kajian ini dengan melibatkan survei audiens, analisis engagement yang lebih mendalam, atau evaluasi strategi konten setelah akun menerapkan program promosi budaya secara lebih terencana.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu proses penyusunan artikel ini, khususnya informan dan pihak yang memberikan data pendukung dalam penelitian.

Pernyataan Etika Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan memperhatikan prinsip etika penelitian sosial. Data diperoleh melalui observasi konten publik, dokumentasi, dan wawancara dengan informan secara sukarela. Data yang diperoleh digunakan hanya untuk kepentingan akademik.

Pernyataan Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan tidak memiliki konflik kepentingan finansial, profesional, maupun pribadi yang dapat memengaruhi proses penelitian dan penulisan artikel ini.

Daftar Pustaka

- Butar-Butar, H. A., & Harahap, N. (2025). Efektivitas Instagram @cerita_asahan dalam penyebaran informasi bagi masyarakat Kisaran. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 36–46. <https://doi.org/10.21009/COMM.034.03>
- Candraningrum, D. A. (2023). Cyberculture in cyberlife: Description of travel influencer interactions with their followers on Instagram. *Jurnal Komunikasi*, 15(1), 228–241. <https://doi.org/10.24912/jk.v15i1.18152>
- Christanti, M. F., & Cahyani, I. P. (2022). Instagram: Konstruksi identitas budaya virtual melalui unggahan foto para influencer Indonesia. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 6(1), 1–11. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v6i1.9620.2022>
- Hasanah, F., & Destrity, N. A. (2024). From awareness to risk prevention: Developing messages for crisis communication during pandemics and infodemics. *Jurnal Komunikasi*, 19(1), 1–22. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol19.iss1.art1>
- Junaedi, R. A., Syarif, R. F., Prihantari, R., & Putri, D. M. (2025). Representasi budaya lokal dalam konten Instagram @pariwisata_bondowoso. *Jurnal Inovasi Komunikasi*, 3(2), 61–68. <https://doi.org/10.29313/jikom.v3i2.6374>
- Kedoh, L. N., Padji, B. M. M., & Sedu, V. A. (2025). Instagram sebagai etalase budaya lokal: Praktik komunikasi pariwisata budaya pada akun @jelajahmaumere. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5(3), 5596–5601. <https://doi.org/10.57250/ajsh.v5i3.2189>
- Khoiriyah, W., Wahyuni, E. R. D., & Indraswari, N. (2021). The dissemination model of cultural information using Instagram. *Khizanah Al-Hikmah: Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan*, 9(2), 210–223. <https://doi.org/10.24252/kah.v9cf3>
- Mafiroh, K., Wibowo, K. A., & Fuady, I. (2022). Analisis nilai budaya dalam promosi wisata akun Instagram @WonderfulIndonesia dan @Japantravelcom. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 6(2), 331–343. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v6i2.2919>
- Marizki, A., Masril, M., & Pasaribu, I. (2022). Konsep komunikasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Danau Toba Kabupaten Samosir Sumatera Utara. *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study*, 8(1), 42–50. <https://doi.org/10.31289/simbolika.v8i1.5715>
- Mulyono, J., Paramitha, N. A., Arifiyanti, J., Suhartini, E., & Ladiqi, S. (2024). Construction of disaster-aware communities through local wisdom and social media. *The Journal of Society and Media*, 8(2), 445–463. <https://doi.org/10.26740/jsm.v8n2.p445-463>
- Ndamanuna, J. T., Suwartiningsih, S., & Machmud, A. (2025). Strategi komunikasi mahasiswa IKMASTI di UKSW dalam mengangkat budaya lokal melalui feed Instagram @ikmasti_salatiga. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 5(1), 2172–2189. <https://doi.org/10.56799/jceki.v5i1.13239>
- Nurhayati, S., & Harahap, N. (2022). Use of social media as a communication media by public relations of Medan City Government. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora*, 2(2), 139–144. <https://doi.org/10.53697/iso.v2i2.815>
- Pratiwi, P., & Syahminan, M. (2025). Komunikasi budaya etnis Jawa dan Tionghoa di Tebing Tinggi Kota. *Riwayat: Educational Journal of History and Humanities*, 8(3), 2859–2868. <https://doi.org/10.24815/jr.v8i3.47511>
- Rachman, H. D. K., & Amal, N. N. (2025). Studi kasus penggunaan akun Instagram @life.at.prospect dalam meningkatkan internal branding dan employee engagement. *Jurnal Komunikasi Massa*, 18(2), 85–94. <https://doi.org/10.20961/jkm.v18i2.115341>
- Rohani, L., Saragih, M. Y., Azhar, A. A., & Fitri, A. W. (2021). Marketing communication strategy of online shop to take advantage of Instagram application: Case study on online shop @cutrizkyhijab1. *Konfrontasi: Jurnal Kultural, Ekonomi dan Perubahan Sosial*, 8(3), 218–228. <https://doi.org/10.33258/konfrontasi2.v8i3.159>
- Rohimah, A., Sugihartati, R., Isnaini, S., & Hakim, L. (2021). Virtual communication: Muslim foodgram participation culture. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 163–183. <https://doi.org/10.24912/jk.v13i2.10106>
- Rotisno, R. H. N., Sahan, M. Y., & Welin, E. D. M. (2026). Branding budaya lokal Desa Paubokol melalui komunikasi digital di media sosial Instagram. *Bridge: Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Telekomunikasi*, 4(1), 1–9. <https://doi.org/10.62951/bridge.v4i1.820>
- Shofi, S. A. (2025). Kajian linguistik kebudayaan terhadap strategi komunikasi IVS dan VSI di Instagram. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 5(2), 95–112. <https://doi.org/10.20885/cantrik.vol5.iss2.art1>
- Silalahi, W., & Kusumo, V. K. (2023). Urgensi komunikasi di era digital terhadap pelestarian kearifan lokal di Indonesia. *Jurnal Serina Sosial Humaniora*, 1(1), 213–220. <https://doi.org/10.24912/jssh.v1i1.24544>
- Sumarwan, E., Kartika, T., Fitria, N., Aprilia, A. A. T., & Indriani, A. N. (2023). Instagram sebagai media komunikasi pembangunan pemerintah: Studi pemenang Penghargaan Pembangunan Daerah tahun 2022. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 21(2), 124–137. <https://doi.org/10.46937/21202350795>