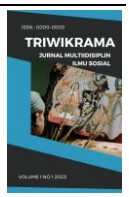
Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 9 No 8 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



FENOMENA VIRAL TERHADAP ENGAGEMENT PEMBERITAAN INSTAGRAM: ANALISIS ISI PADA MEDIA INSTAGRAM HARIAN DISWAY

Achmad Nur Syamsi Romadhoni, Reka Nursy Aisyah, Moh. Dey Prayogo
Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:
Received Juni 2025
Revised Juni 2025
Accepted Juni 2025
Available online Juni 2025

Email:
reka.rekaisyah@gmail.com

This is an open access article under the CC BY-SA license.
Copyright © 2025 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

Abstrak

Media sosial telah menjadi platform utama dalam penyebaran informasi pada era digital, Instagram sebagai salah satu platform media sosial populer berbasis visual yang berkembang dengan pesat. Fenomena viral terjadi karena penyebaran konten secara cepat dan luas, serta meningkatkan engagement audiens terhadap pemberitaan di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena viral dapat mempengaruhi tingkat engagement pada Instagram Harian Disway melalui konten berita viral. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif konstruktivis dan metode analisis isi, dengan mengkaji unggahan berita dari akun Instagram @harian.disway yang menunjukkan ciri-ciri viral atau memperoleh tingkat engagement tinggi melalui views dan komentar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten yang mengangkat unsur sensasional, emosional, atau isu sosial mampu meningkatkan engagement melalui interaksi dua arah pada kolom komentar dan peningkatan jumlah view, serta membuka peluang komersial melalui endorsement dan kerja sama.

Kata Kunci: Media Sosial, Fenomena Viral, Kualitatif Konstruktivis, Instagram

Abstract

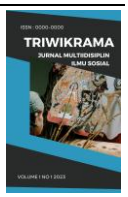
Social media has become the main platform for information dissemination in the digital era, with Instagram as one of the most popular visual-based social media platforms that is growing rapidly. The viral phenomenon occurs due to the rapid and widespread distribution of content, and increases audience engagement with news on social media. This study aims to analyze how the viral phenomenon can affect the level of engagement on the Daily Disway Instagram through viral news content. By using a constructivist qualitative approach and content analysis method, by examining news uploads from the @harian.disway Instagram account that show viral characteristics or get high engagement levels through views and comments. The results of this study show that content that raises sensational, emotional, or social issues is able to increase engagement through two-way interaction in the comments column and an increase in the number of views, as well as opening up commercial opportunities through endorsements and collaborations.

Keyword: Social Media, Phenomenon Viral, Qualitative Constructivist, Instagram

A. PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi platform utama dalam penyebaran informasi pada era digital saat ini. Salah satunya Instagram, media sosial berbasis visual yang berkembang pesat sebagai media sosial populer. Instagram kini tidak hanya digunakan sebagai sarana berbagi momen pribadi, tetapi juga dimanfaatkan oleh media massa untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan beragam. Fenomena viral adalah penyebaran informasi secara cepat yang dipicu oleh faktor emosional, relevansi, dan kemudahan dari media sosial. Brodie et al. (2013) menjelaskan fenomena viral dipandang sebagai bagian dari *customer engagement* dalam media sosial, dimana audiens tidak hanya menerima pesan tetapi juga berkontribusi dalam menyebarkannya, menciptakan interaksi dua arah yang menyebabkan konten menyebar luas dalam waktu singkat. Sedangkan, fenomena viral merupakan bentuk dari komunikasi massa modern, yang terjadi karena adanya kombinasi antara media digital, partisipasi pengguna, dan isu yang menyentuh emosi atau nilai-nilai sosial yang sedang relevan (Puspitasari, 2018).

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 9 No 8 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



Istilah “viral” sudah tidak asing lagi terutama dalam dunia media sosial. Viral atau viralitas terjadi ketika sebuah konten menyebar sangat cepat dan luas karena menarik perhatian banyak orang, mulai dari respons seperti like, komen, dan berapa banyak dibagikan. Konten bisa viral karena orang-orang membagikannya secara sukarela kepada jaringan sosial mereka, sehingga penyebarannya bisa berlipat ganda dalam waktu singkat (Kaplan dan Haenlein, 2011).

Konten viral di Indonesia sangat mudah ditemukan. Hal ini karena tingginya jumlah pengguna media sosial di Indonesia terutama Instagram. Masyarakat Indonesia senang membagikan sebuah konten, mulai dari hal-hal yang lucu, mengharukan, atau yang berbau kontroversi. Menurut We Are Social and Hootsuite (2024), menunjukkan bahwa Indonesia termasuk negara dengan pengguna media sosial aktif terbanyak, dan Instagram adalah salah satu platform yang paling sering digunakan. Maka tak heran jika banyak konten bisa dengan mudah viral, apalagi jika sesuai dengan isu yang sedang ramai di perbincangkan.

Fenomena ini menunjukkan bahwa tingginya penyebaran konten tidak hanya berkaitan dengan jumlah pengguna dan berkaitan dengan tingkat engagement yang diberikan oleh audiens. Secara umum engagement adalah keterlibatan audiens terhadap suatu konten di media sosial yang mencakup berbagai interaksi seperti like dan komen. Menurut Catherine Hayes (2008) Engagement adalah suatu bentuk keterlibatan emosional, kognitif, dan perilaku seseorang terhadap suatu aktivitas atau konten tertentu. Dalam konteks berita, Lee (2012) menjelaskan bahwa engagement berita terdiri dari tiga dimensi utama, yaitu kognitif (pemahaman berita), emosional (perasaan terhadap berita), dan behavioral (tindakan seperti berbagi atau mengomentari berita).

Perkembangan media sosial telah mengubah cara pandang masyarakat terhadap berita di media massa. Dengan kemudahan mengakses informasi dan memberi respon langsung menjadikan media sosial sebagai ruang interaktif yang menciptakan cara baru dalam mengkonsumsi berita, berbeda halnya dengan media konvensional. Media massa adalah saluran yang digunakan untuk menyampaikan suatu berita kepada masyarakat. Tanpa adanya media massa, berita tidak dapat tersebar secara luas. McQuail (2010) menyatakan bahwa media massa berperan sebagai “agen penyampai informasi sosial”, dan berita adalah bentuk paling khas dari fungsi tersebut.

Beberapa penelitian yang mengungkap strategi media massa dalam memanfaatkan media sosial dalam pemberitaannya itu mengatakan bahwa pendekatan konten viral terbukti berhasil dalam meningkatkan engagement dan memperluas jangkauan pesan, terutama pada platform media sosial Instagram. Sebagai contoh, penelitian oleh Pariasih (2024) dengan judul *Pendekatan Konten Viral di Instagram Kementerian Pertanian*, menunjukkan bahwa konten yang dibuat dengan mengikuti trend yang viral, lewat penggunaan gambar, video, infografis, dan teks yang menarik dapat meningkatkan jumlah like dan komentar dari pengguna Instagram, khususnya bagi generasi milenial dan Gen Z. Penelitian ini menunjukkan pentingnya relevansi dan kreativitas dalam pembuatan konten agar mampu menarik perhatian audiens secara efektif.

Harian Disway merupakan salah satu media massa yang aktif menggunakan platform Instagram, sebagai sarana pemberitaan dengan ciri khasnya dalam menyajikan berita secara singkat, berbasis visual, dan mengangkat isu-isu yang terkini dan relevan dengan kehidupan masyarakat. Dengan gaya bahasa yang sederhana dan penggunaan elemen visual yang kuat, Harian Disway berhasil menarik perhatian pengguna Instagram dan berhasil meraih tingkat engagement yang cukup tinggi, seperti view dan komentar.

Media Harian Disway seringkali mengangkat berita atau isu-isu yang sedang menjadi perbincangan hangat di masyarakat untuk dijadikan sebuah konten. Hal ini menjadi strategi Harian Disway untuk tetap menjaga relevansi dan memastikan keterlibatan publik dalam setiap

konten yang dibuat. Dengan menyajikan berita yang sedang viral, Harian Disway berhasil menarik perhatian audiens yang lebih luas. Berdasarkan pengamatan awal, kenapa strategi ini sering digunakan Harian Disway, karena strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan engagement Instagram Harian Disway. Namun, tidak semua konten viral memiliki informasi yang bernilai jurnalistik. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis isi pada konten berita di reels Instagram Harian Disway. Penelitian ini juga mengkaji bagaimana sebuah fenomena bisa viral dan menimbulkan keterlibatan (engagement) audiens dalam akun Instagram Harian Disway.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif konstruktivis yang memandang bahwa realitas sosial, seperti fenomena viral dan tingkat engagement dalam pemberitaan di Instagram merupakan hasil dari konstruksi sosial yang terbentuk melalui interaksi, pengalaman, serta interpretasi individu dan kelompok terhadap berbagai peristiwa di media sosial. Dalam kaitannya dengan judul penelitian "FENOMENA VIRAL TERHADAP ENGAGEMENT PEMBERITAAN INSTAGRAM: ANALISIS ISI PADA MEDIA INSTAGRAM HARIAN DISWAY", pendekatan ini dimanfaatkan untuk menganalisis bagaimana fenomena viral dibangun oleh media dan audiens, serta bagaimana konstruksi tersebut mempengaruhi engagement pada pemberitaan yang viral pada Instagram Harian Disway.

Menurut Palton dalam Jurnal Sri Hayuningrat (2010:96-97) para peneliti konstruktivitas mempelajari beragam realitas yang berkonstruksi oleh individu dan implikasi dari konstruksi tersebut bagi kehidupan mereka dengan yang lain. Dalam konstruktivis, setiap individu memiliki pengalaman yang unik. Hal ini sejalan dengan pandangan Berger dan Luckmann (1966) dalam karya klasik mereka *The Social Construction of Reality* yang menyatakan bahwa realitas sosial dibentuk melalui proses interaksi sosial dan interpretasi bersama antar individu dalam masyarakat.

Oleh karena itu, dalam konteks fenomena viral dan engagement pemberitaan di Instagram, pengalaman dan persepsi setiap pengguna media sosial terhadap konten yang mereka konsumsi dan bagikan itu berbeda. Pendekatan konstruktivis pada studi ini memungkinkan peneliti melihat bagaimana makna viral dan keterlibatan audiens dibentuk secara dinamis melalui interaksi media Harian Disway dan pengguna Instagram. Sejalan dengan itu, Denzin dan Lincoln (2011) dalam buku *The SAGE Handbook of Qualitative Research,* menegaskan bahwa penelitian kualitatif konstruktivis berfokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial dengan memperhatikan konteks dan perspektif subjektif para pelaku sosial.

Selain itu, dalam menganalisis isi konten viral pada Instagram Harian Disway, penelitian ini juga mengacu pada metode analisis isi. Menurut Eriyanto (2012), analisis isi dalam konteks media dapat digunakan untuk mengungkap kecenderungan, ideologi, serta pesan-pesan terselubung yang terkandung dalam suatu konten media. Eriyanto menjelaskan bahwa dalam analisis isi, unit analisis merupakan bagian dari isi yang akan diamati, seperti kata, kalimat, gambar, potongan adegan, paragraf, dan sebagainya. Terdapat dua bagian penting, dari unit analisis yang harus ditentukan, yaitu unit sampel dan unit pencatatan. Unit sampel mengacu pada isi apa yang akan dianalisis, sedangkan unit pencatatan berkaitan dengan bagian mana dari isi yang akan dicatat dan dihitung (Eriyanto, 2011, h. 64). Oleh karena itu, metode ini dipilih untuk menganalisis representasi pesan serta strategi penyampaian yang digunakan dalam konten berita Instagram Harian Disway.

Objek kajian dalam penelitian ini adalah unggahan berita dari akun Instagram @harian.disway yang menunjukkan ciri-ciri viral atau memperoleh tingkat engagement yang tinggi. Teknik pengambilan data menggunakan pemilihan dari tiga konten berdasarkan kriteria

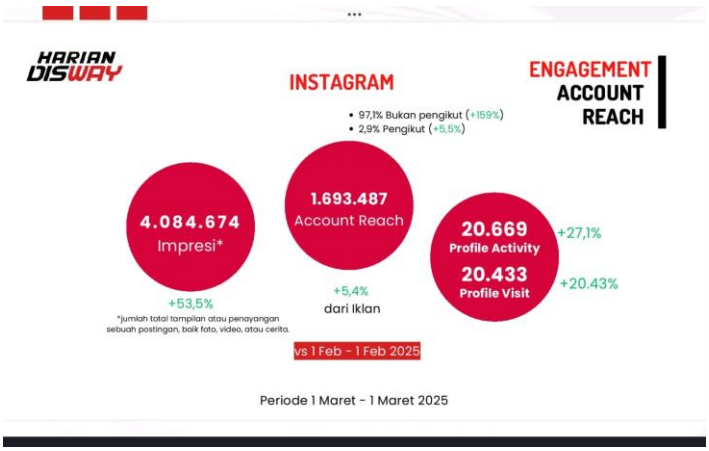
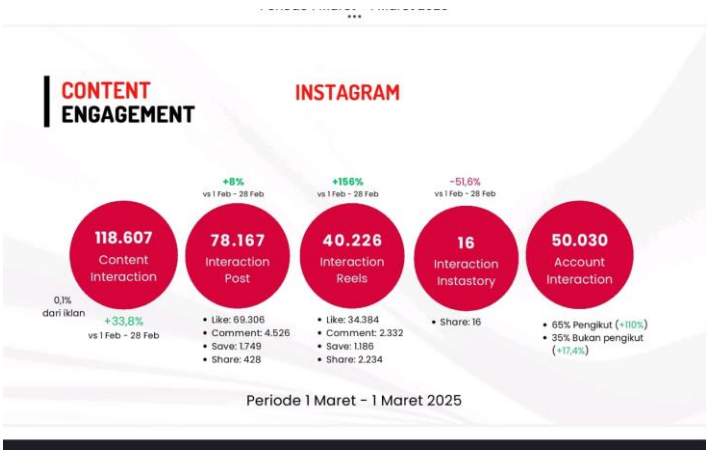
Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 9 No 8 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

seperti tingginya jumlah view dan interaksi pada kolom komentar. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih luas tentang dinamika viralitas dan keterlibatan pengguna dalam konten berita di media sosial, khususnya pada platform Instagram milik Harian Disway.

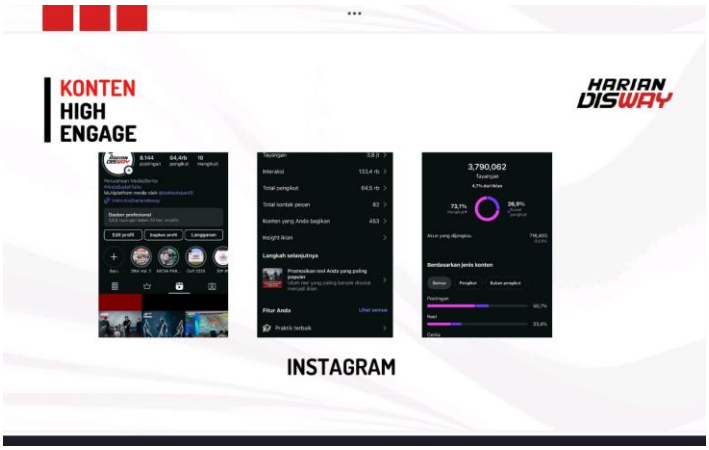
C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial termasuk Instagram, merupakan platform yang paling banyak digunakan, memiliki peran strategis dalam menjangkau pengguna melalui konten yang cepat dan menarik. Dalam konteks ini, kemunculan konten viral menjadi salah satu tolok ukur keberhasilan penyampaian pesan. Fenomena viral tidak hanya menunjukkan popularitas suatu konten, tetapi juga mencerminkan tingkat keterlibatan emosional dan kognitif dari audiens yang menerimanya. Suatu konten dapat diperkirakan viralitasnya dengan menghitung nilai popularitas dan viralitas di media sosial, Vallet et al (2015).

Penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena viral memiliki pengaruh terhadap tingkat engagement audiens di Instagram Harian Disway. Melalui analisis isi pada tiga unggahan konten berita viral, yang memuat unsur sensasi, emosi, atau isu sosial mampu menarik perhatian lebih banyak audiens. Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah views dan komentar yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan unggahan konten berita yang sifatnya hanya informatif belaka. Selaras dengan penelitian Nasrullah (2015), yang menyatakan bahwa media sosial menciptakan ruang maya untuk diskursus publik di mana masyarakat dapat mengekspresikan opini mereka tanpa batasan geografis maupun sosial.

No.	Keterangan	Bukti
1.	Engagement Account Reach (Periode 1 Maret - 31 Maret 2025)	
2.	Content Engagement (Periode 1 Maret - 31 Maret 2025)	

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 9 No 8 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

3.	Konten High Engage (Periode 1 April - 30 April 2025)	

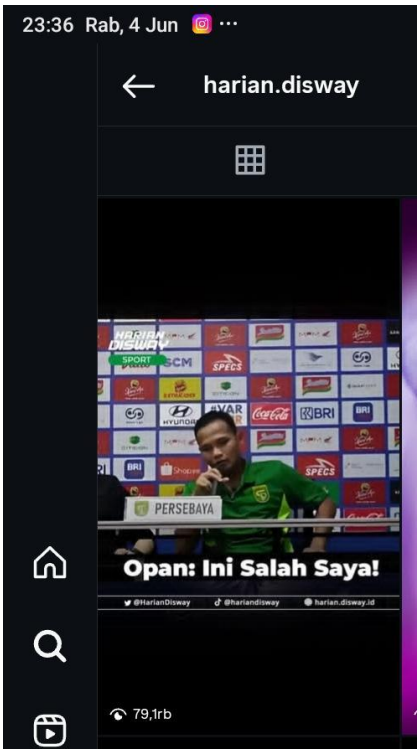
Tabel 1. Bukti Engagement Account Instagram Harian Disway

Berdasarkan Tabel 1 yang menampilkan Engagement Account Reach dan Content Engagement pada bulan Maret dan April 2025, terlihat bahwa tingkat engagement Instagram Harian Disway mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Peningkatan ini dapat dikaitkan dengan strategi tim sosial media Harian Disway yang sering mengangkat konten berita viral, khususnya yang mengandung unsur sensasional, emosional, atau isu-isu sosial. Konten semacam itu mampu menarik perhatian audiens secara luas serta mendorong terjadinya interaksi seperti komentar dan peningkatan jumlah views.

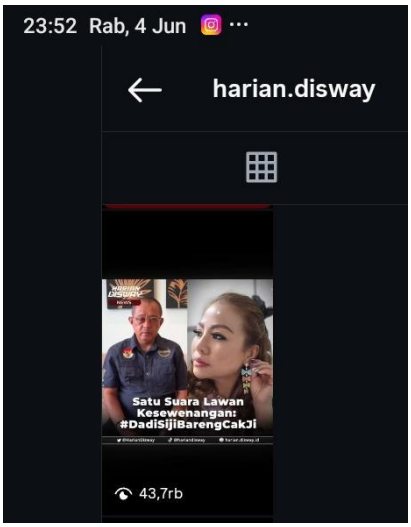
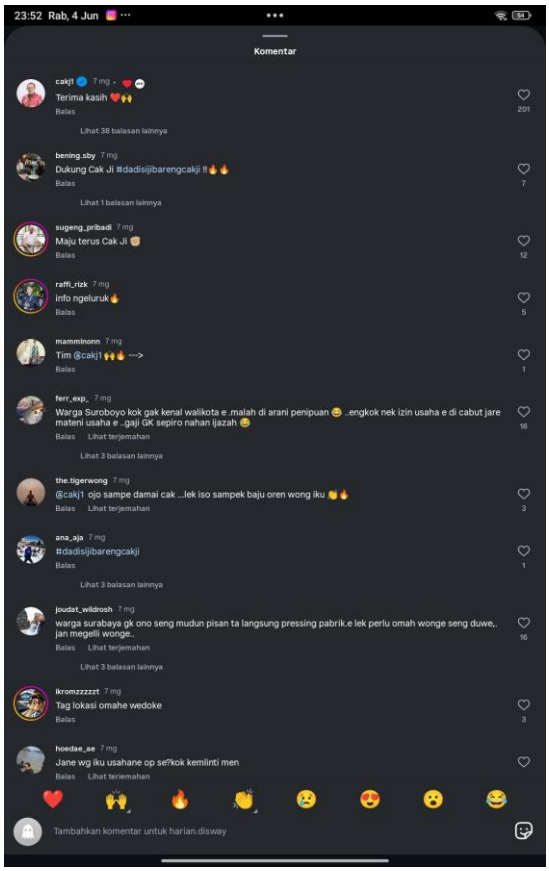
Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa keunggulan Harian Disway dalam menyajikan berita secara cepat, akurat, dan relevan menjadi faktor pendorong tingginya engagement. Strategi lain yang terbukti efektif adalah pemanfaatan konten video yang dikemas secara menarik dan informatif, penerapan strategi content marketing yang tepat serta optimalisasi fitur media sosial turut memperkuat dampak fenomena viral terhadap peningkatan interaksi sehingga mampu meningkatkan engagement di akun Instagram Harian Disway itu sendiri.

Fenomena viral di akun Instagram @harian.disway terbentuk melalui strategi konten kreatif yang konsisten, dengan menggunakan visual yang menarik, storytelling, serta memanfaatkan fitur Instagram seperti reels. Konten yang viral atau fyp mampu menembus hingga 92 ribu lebih penonton dan 670 lebih komentar per postingan. Hal ini membuktikan bahwa dengan membuat konten dari berita viral dapat menarik perhatian luas audiens. Namun, ada faktor lain kenapa konten bisa fyp yaitu karena kecepatan dalam mengunggah konten, keakuratan informasi, gaya penulisan, penggunaan hastag, dan hook yang menarik. Peningkatan engagement dapat diukur dari likes, share, terutama jumlah views dan komentar yang menjadi kriteria dalam penelitian ini.

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 9 No 8 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

No.	Content High Views	High Comments
1.		
2.		

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 9 No 8 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

3.		

Tabel 2. Bukti Keterlibatan Audiens

Komentar-komentar pada tabel 2 tersebut tidak hanya menjadi indikator keterlibatan audiens, tetapi juga memperkuat brand image Harian Disway di mata khalayak luas. Interaksi dua arah ini membuat Harian Disway semakin dikenal dan dapat dipercaya oleh masyarakat. Interaksi di kolom komentar memperlihatkan adanya diskusi, pendapat, hingga kritik yang membangun antara audiens. Hal ini menandakan bahwa audiens bisa saling terhubung dan terlibat secara langsung dengan konten yang dipublikasikan di akun Instagram Harian Disway.

Fenomena viral dan engagement pemberitaan di Instagram

Engagement yang tinggi dari view dan komentar tidak hanya meningkatkan visibilitas konten, tetapi juga dapat menarik beberapa klien untuk beriklan melalui endorsement di Instagram Harian Disway. Selain itu, interaksi aktif audiens memperkuat brand image dan memperluas jangkauan audiens, yang tercermin dari jumlah pengikut Instagram Harian Disway yang mencapai 70,2 ribu. Hal ini memperkuat posisi Harian Disway sebagai media berita digital yang menyebarkan informasi yang cepat dan relevan saat ini. Fenomena viral di Instagram Harian Disway terbentuk melalui kombinasi konten kreatif, kecepatan dalam menyajikan berita, dan strategi branding yang kuat. Hal ini yang mendorong adanya peningkatan engagement yang tercermin dari jumlah view yang tinggi dan banyak nya komentar.

Berdasarkan data yang dianalisis dari akun Instagram @harian.disway pada bulan Maret hingga April, beberapa unggahan konten berita pada Instagram Harian Disway menunjukkan jumlah view yang tinggi, berkisar antara 43 ribu hingga 93 ribu tayangan serta mendapatkan ratusan komentar dari audiens. Konten unggahan tersebut biasanya mengangkat isu-isu yang tengah ramai diperbincangkan oleh publik, mulai dari kasus yang melibatkan publik figur hingga aksi demonstrasi.

Pendekatan konstruktivisme dari Berger dan Luckmann (1966) dimana fenomena viralitas dapat dipahami sebagai hasil interaksi sosial antara audiens di Instagram Harian Disway. Media

membentuk narasi melalui caption, visual, dan sudut pandang pemberitaan yang kemudian akan diartikan sendiri oleh audiens. Setiap respons komentar dari audiens mencerminkan pemahaman masing-masing individu dan keterlibatan audiens berupa komentar merupakan bentuk partisipasi aktif terhadap konten yang di unggah di Instagram Harian Disway.

Fenomena ini menunjukkan bahwa viralnya konten di Instagram Harian Disway tidak hanya berkaitan dengan penyebaran informasi secara luas, melainkan juga proses pembentukan makna yang dipengaruhi oleh konteks sosial dan pengalaman pribadi masing-masing audiens. Interaksi dalam kolom komentar pada konten yang membahas Oktafianus Fernando (Ofan), memperlihatkan bagaimana audiens turut berperan dalam membangun narasi bersama, sesuai dengan perspektif konstruktivis yang menekankan peran subjektivitas dan interaksi sosial dalam membangun realitas media.

Konten tentang Oktafianus Fernando (Ofan) yang hadir di konferensi pers setelah pertandingan Persebaya VS PSIS berhasil menarik 600 lebih komentar. Komentar tidak hanya berisi dukungan dan kritik, tetapi juga diskusi terkait pertandingan dan performa kedepannya. Hal ini sesuai dengan pandangan Denzin dan Lincoln (2011) bahwa penelitian kualitatif konstruktivis harus memperhatikan konteks dan subjektivitas pelaku sosial, yang tercermin dalam berbagai komentar dari audiens.

Partisipasi audiens dalam bentuk komentar menjadi cerminan keterlibatan emosional yang memperkuat kedekatan audiens terhadap isu yang diangkat. Tingginya keterlibatan tersebut tak lepas dari strategi penyajian konten oleh Harian Disway dengan mengemas konten berita yang mengedepankan unsur visual dan naratif yang menarik. Melalui penyampaian yang emosional, judul provokatif, serta visual kuat yang berhasil membangkitkan rasa penasaran audiens. Strategi semacam ini tidak hanya berpotensi sebuah konten untuk menjadi viral, tetapi juga menunjukkan peran aktif media dalam mempengaruhi cara pandang audiens terhadap suatu isu.

Berdasarkan analisis isi menurut Eriyanto (2012) konten dengan view dan engagement tinggi tersebut menunjukkan pola narasi yang mengandung elemen emosional, konflik, dan penyampaian yang dapat memancing rasa ingin tahu dari audiens. Visual yang digunakan Harian Disway seringkali berupa potongan dan penyampaian yang dramatis, judul yang provokatif, atau gambar dan video yang menarik perhatian audiens. Analisis ini memperkuat dugaan bahwa media memang secara sengaja membentuk persepsi audiens terhadap berita yang disajikan, dengan tujuan menarik perhatian sekaligus mendorong interaksi yang sejalan dengan strategi viralitas di media sosial.

Dengan demikian, hubungan antara tingginya jumlah view dan komentar dengan teori konstruktivis serta analisis isi memperlihatkan bahwa viralitas bukan fenomena yang bisa terjadi secara kebetulan, melainkan hasil dari interaksi audiens yang dibangun oleh media pada dunia digital, dimana setiap pihak dapat berperan dalam menciptakan serta memperkuat fenomena viral yang terjadi.

Media massa seperti Harian Disway memiliki kredibilitas dalam menyampaikan informasi meskipun konten berita hanya dipublikasikan melalui Instagram. Kekuatan media massa dapat terlihat dari kepercayaan audiens terhadap Harian Disway sebagai sumber berita yang sering mengangkat isu terkini, kontroversi, dan relevan dengan audiens. Dimana media sosial seperti Instagram memberikan ruang yang luas untuk menyampaikan informasi secara cepat, berbasis visual, dan interaktif yang memungkinkan untuk menjangkau audiens lebih banyak. Kekuatan utama dari media sosial adalah audiens bisa memberikan komentar secara langsung dan konten berita yang diunggah dapat menyebar dengan cepat.

Kekuatan viralitas merupakan hasil perpaduan antara kredibilitas media massa dan kecepatan serta partisipasi audiens di media sosial. Dari akun Instagram @harian.disway menunjukkan bahwa konten berita dengan judul yang provokatif dan mengangkat isu

kontroversi cenderung memperoleh engagement tinggi, yang menunjukkan viralitas dapat dibentuk dan diperkuat dari partisipasi audiens.

Viralitas dan engagement di Instagram Harian Disway saling berkaitan satu sama lain, bukan hanya tentang seberapa cepat konten berita menyebar, tetapi bagaimana konten berita tersebut dapat menarik perhatian dan mendorong keterlibatan audiens. Konten berita di Instagram Harian Disway yang memiliki engagement tinggi, umumnya karena isu yang sedang banyak diperbincangkan dan relevan dengan audiens. Hal ini membuat audiens Instagram Harian Disway memberikan reaksi berupa komentar yang menjadikan salah satu indikator dalam peningkatan engagement dan keberhasilan sebuah konten. Artinya, semakin banyak interaksi dari audiens terhadap suatu postingan, maka semakin besar jangkauan konten tersebut yang membuat views sebuah konten berita dapat meningkat drastis.

D. PENUTUPAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis isi pada akun Instagram Harian Disway, dapat dinyatakan bahwa fenomena viral berkontribusi besar dalam meningkatkan engagement pemberitaan di media sosial, terutama di Instagram. Konten berita yang mengangkat isu-isu sensasional, kontroversial, atau topik sosial yang sedang hangat diperbincangkan, serta dapat menarik perhatian audiens, terlihat dari tingginya jumlah views dan komentar pada postingan tersebut. Keberhasilan Harian Disway dalam menyajikan berita secara menarik, akurat, dan relevan, serta penggunaan visual dan storytelling yang menarik, menjadi faktor utama pendorong viralitas dan keterlibatan audiens.

Interaksi dua arah yang terjadi melalui kolom komentar tidak hanya memperkuat citra Harian Disway, tetapi juga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas bagi audiens. Tingginya keterlibatan membuka kesempatan bagi Harian Disway untuk menarik audiens baru dan memperluas jangkauan audiens melalui endorsement dan kerja sama secara komersial. Fenomena ini menunjukkan bahwa keberhasilan media massa di era digital bergantung pada kemampuan dalam mengadaptasi strategi konten viral dan mengoptimalkan fitur media sosial Instagram untuk menciptakan interaksi aktif dengan audiens. Dengan demikian, fenomena viral yang terjadi di Instagram Harian Disway merupakan hasil dari perpaduan antara strategi konten yang kreatif, kecepatan dalam penyajian berita, serta interaksi sosial yang dinamis antara media dan audiens. Hal ini menegaskan bahwa keterlibatan tinggi bukan hanya soal popularitas, melainkan juga tentang membangun ruang diskusi publik yang partisipatif dan relevan di era digital saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmadi, R. (2014). Metodologi Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

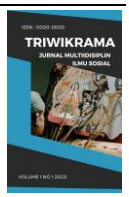
Amriel, E. & Ariesey, R. (2021). *ANALISA ENGAGEMENT RATE DI INSTAGRAM : FENOMENA LIKE DAN KOMENTAR*. Media Manajemen Jasa. 9(2). https://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/MMJ/article/view/5555/2050

Berrger, PL, & Luckmann, T. (1966). *Konstruksi Sosial Realitas: Sebuah Risalah dalam Sosiologi Pengetahuan* . New York: Anchor Books.

Brodi, RJ, Hollebeek, LD, Juric, B., & Ilie, A. (2013). *Consumer engagement in a virtual brand community: An exploratory analysis*. Journal of Business Research, 66(1), 105-114. https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296311002657

Dharma, F. (2018). *Konstruksi Realitas Sosial: Pemikiran Peter L. Berger Tentang Kenyataan Sosial*. Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi, 7(1). https://kanal.umsida.ac.id/index.php/kanal/article/view/101/147

Denzin, NK, & Lincoln, YS (2011). *Buku Pegangan Penelitian Kualitatif SAGE* (edisi ke-4). Thousand Oaks, CA: Sage.



Eriyanto. (2012). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.

Kaplan, AM, & Haenlein, M. (2011). *Dua Hati dalam Waktu Tiga Perempat: Cara Berdansa di Media Sosial/Pemasaran Viral*. Business Horizons, 54(3), 253–263. https://www.researchgate.net/publication/227413606_Two_hearts_in_three-quarter_time_How_to_waltz_the_social_mediaviral_marketing_dance

Hendriyani. 2013. *Analisis Isi: Sebuah Pengantar Metodologi yang Mendalam dan Kaya dengan Contoh*. Jurnal Komunikasi Indonesia. Vol. 2 No.1. https://scholarhub.ui.ac.id/cgi/viewcontent.cgi?article=1173&context=jkmi

Indriyani, A. (2023). STRATEGI KAMPANYE POLITIK CALON KEPALA DESA DALAM MEMENANGKAN PEMILIHAN KEPALA DESA KEDONDONG KECAMATAN PENINJAUAN TAHUN 2022. (Skripsi Sarjana, Universitas Baturaja). https://repository.unbara.ac.id/id/eprint/2103/5/BAB%203%20TIARAA.pdf

Implementasi Teori Belajar Konstruktivisme dalam Pandangan Jean Piaget Lev Vygotsky. 2021.*pgsd.binus.ac.id*. *https://pgsd.binus.ac.id/TanpaPenulis*

Nizarisda, Zubair, Ramdan. (2023). *UPAYA PENINGKATAN ENGAGEMENT MEDIA SOSIAL INSTAGRAM OLEH MEDIA PARAPUAN*. Jurnal Common. Vol. 7 No.2. https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/11404/4159

Pariasih, (2024). *Pendekatan Konten Viral di Instagram Kementerian Pertanian*. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*. Vol.21 No.01. https://journal.uniku.ac.id/index.php/Equilibrium/article/view/8670