

Pengalaman Informasi Warga Muhammadiyah di Malaysia Dalam Memanfaatkan Facebook Sebagai Media Informasi Persyarikatan

Yolan Priatna¹, Rohmadi², Yusup Arip³, Muthia P. Mulya⁴

^{1,2,3,4}Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Ponorogo, Indonesia, 63471

Abstract	Article Info
<p><i>The primary appeal of Facebook at this time is its friendship networking feature. This phenomenon gives rise to the view that this social media provides a distinctive experience for its users in the present, including those in the Malaysian context. The objective of this study is to ascertain the experience of Muhammadiyah citizens in Malaysia with regard to the utilisation of Facebook. This study employs a phenomenological approach, complemented by qualitative data collection methods. The existing symptoms will be elucidated through the utilisation of semi-structured interviews with informants. The informants for this study were selected using the purposive sampling technique. The data will then be subjected to analysis. Thematic analysis was employed as the technique for analysing the data in this research. The study yielded two primary themes: the utilisation of Facebook as a conduit for disseminating the activities of the Association and the use of Facebook as a platform for disseminating the views of Muhammadiyah to a broader audience. It can be concluded that the information experience obtained by Muhammadiyah citizens in using Facebook is both positive and non-harmful.</i></p>	<p>Article history: Received : 2024-08-18 Revised : 2024-09-06 Accepted: 2024-09-26</p> <p>Keywords: Facebook Information experience Muhammadiyah Social Media</p>

Corresponding Author: Priatna, yolan.priatna@gmail.com

1. Pendahuluan

Pengalaman merupakan suatu ekspresi yang hanya dapat dirasakan oleh pelaku/individu atas tindakan yang pernah dilakukan dimasa lampau. Pengalaman adalah kejadian yang dirasakan oleh individu yang memberikan kesan tersendiri (smilansky, 2009). Pengalaman timbul dari sebuah peristiwa masa lalu yang dialami, dirasa, dikerjakan, ditanggung, dan mendapatkan pelajaran dari kejadian tersebut (Ni Wayan, 2018). Pengalaman juga tidak dapat dituliskan atau diwakilkan dengan angka secara spesifik karena pengalaman bersifat abstrak. pengalaman adalah pangkal pengetahuan yang lebih diyakini dari pada rasio (Nur Ahmad, 2016) Upaya untuk mengetahui tentang pengalaman seorang individu atas tindakan yang dilakukan pun perlu dikerjakan/diteliti dengan perasaan pula.

Menggunakan media social tentu akan memberikan pengalaman yang berbeda antara satu individu dengan individu lainnya. Khususnya adalah pengalaman informasi. Christine Bruce menyatakan jika pengalaman informasi merupakan cara seseorang dalam memberikan makna tentang aktifitas yang mereka lakukan dengan informasi dan dunia kehidupan mereka saat menjalani kehidupan dan pekerjaan sehari-hari (Bruce et al., 2014).

Kajian tentang pengalaman informasi menjadi kajian yang cukup popular untuk mengungkap gejala atau fenomena yang terjadi di masyarakat modern saat ini. Khususnya kajian pengalaman informasi terkait penggunaan media social. Utami (2024) melakukan penelitian tentang bagaimana pengalaman informasi yang dialami oleh kelompok dewasa tua (*baby boomer*) dalam menggunakan media social Whatsapp. Utami mengungkapkan jika kelompok dewasa tua memiliki pengalaman menguntungkan (informasi kesehatan dsb.) dan informasi merugikan (berita bohong,

penipuan dsb.) selama mereka menggunakan media social whatsapp. Selain itu, penelitian tentang pengalaman informasi juga dilakukan oleh Putri (2023) yang melakukan penelitian tentang pengalaman informasi mahasiswa dalam menggunakan instagram sebagai alat penentu dalam memilih perguruan tinggi. Dalam kajiannya, putri menemukan pandangan/keyakinan jika instagram berada pada level lebih baik dibandingkan media social lainnya karena memiliki fitur yang mudah dan terbuka untuk menghadirkan informasi yang mereka butuhkan. Sehingga mereka memiliki keleluasaan untuk memilih tindakan selanjutnya. Tidak terkecuali persyarikatan muhammadiyah yang turut memanfaatkan media sebagai alat perjuangan dalam upaya meningkatkan kualitas umat agar sesuai dengan prinsip dan nilai ajaran agama islam (Muchlas dkk, 2022, p.28).

Hal tersebut menunjukkan jika perkembangan dan keberagaman media (social) yang terjadi memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk memilih media informasi yang akan digunakan untuk melakukan komunikasi. Perubahan tersebut juga menjadikan manusia memiliki peluang untuk menjadi produsen informasi (Kurnia, Sudiar, Amelia, 2019). Penambahan fitur hingga terjadinya pergeseran fungsi dari media social juga menjadi salah satu faktor yang turut menjadikan pengalaman setiap individu dalam menggunakan media social bisa saja berbeda. Salah satu media social yang terus berkembang namun jarang diangkat untuk melihat tentang pengalaman informasi adalah media social facebook.

Perubahan yang terjadi pada media social facebook diyakini akan memberikan pengalaman yang berbeda bagi penggunanya. Facebook saat ini telah jauh berbeda jika dibandingkan dengan facebook diawal kemunculannya pada tahun 2006. Fitur jejaring pertemanan yang menjadi daya tarik utama facebook saat pertama kali muncul kini telah berbeda dengan facebook saat ini. Facebook saat ini lebih dikenal sebagai media social pendukung dalam aktifitas bisnis (*marketplace & adds*). Fenomena tersebut menjadikan facebook diyakini akan memberikan pengalaman yang berbeda bagi penggunanya di masa sekarang, tidak terkecuali bagi warga Muhammadiyah di Malaysia.

Tercatat hingga artikel ini di tulis, jumlah fanspage Muhammadiyah Malaysia memiliki pengikut sebanyak 7,2 ribu pengikut. Hal tersebut mengindikasikan jika minat dan jumlah warga Muhammadiyah sekaligus pengguna facebook masih sangat besar. Selain itu, berdasarkan penggalian informasi awal, ditemukan jika beberapa warga Muhammadiyah Malaysia juga telah aktif di facebook dan membuat grup yang berisi warga Muhammadiyah di Malaysia. Fakta ini menjadikan adanya perbedaan pengalaman informasi juga akan semakin besar. Berangkat dari fakta tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui lebih jauh tentang pengalaman informasi dari warga Muhammadiyah di Malaysia dalam menggunakan facebook.

2. Metode

Menurut Eko Murdiyanto, penelitian kualitatif merupakan sebuah penelitian yang menghasilkan berbagai temuan dengan pendekatan yang berbeda dari model atau cara kuantifikasi (Eko Murdiyanto, 2020). Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengalaman informasi warga Muhammadiyah Malaysia dalam menggunakan *Facebook* sebagai media informasi Persyarikatan. Oleh karena itu, pendekatan fenomenologi dinilai cocok untuk menelaah penelitian ini. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang diperoleh dari hasil wawancara maupun observasi. Informan dalam penelitian ini adalah beberapa warga Muhammadiyah Malaysia yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Informan dalam penelitian ini terdiri dari satu informan kunci, dan informan tambahan yang berjumlah enam warga Muhammadiyah Malaysia kemudian dilakukan wawancara semi terstruktur untuk mendapatkan jawaban yang lebih luas dan kompleks. Purposive sampling merupakan teknik penentuan sampel dengan adanya pertimbangan tertentu atau seleksi khusus (Siyoto & Sodik, 2015). Sedangkan teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah thematic analysis. Heriyanto menyebutkan jika ada tiga tahapan dalam teknik *thematic analysis*. Tahapan yang dimaksud antara lain adalah pemahaman atas suatu data, *coding*, dan mencari tema (Heriyanto, 2018)

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan pada hasil penggalian data yang dilakukan dan dilakukan telaah. Penelitian yang dilakukan menghasilkan 2 tema dominan yaitu: 1) Facebook sebagai media informasi kegiatan Persyarikatan 2) Facebook sebagai media syiar dalam rangka mengenalkan Muhammadiyah kepada anggota dan calon anggota Persyarikatan (pengkaderan). Uraian dari kedua tema dominan tersebut adalah sebagai berikut:

3.1 Facebook sebagai media informasi kegiatan Persyarikatan.

Media social merupakan wahana bagi manusia untuk menjalin komunikasi dengan orang yang mereka kenal di dalam alam virtual. Perkembangan media social yang terjadi hingga saat ini pun sebenarnya tidak dapat meninggalkan sifat dasar dari sebuah media social. Secanggih apapun media social memiliki fungsi dasar sebagai media bertemunya manusia dari berbagai belahan dunia dalam alam virtual. Seperti yang dikemukakan oleh Purbohastuti (2017) jika media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet. Selain itu media social juga diyakini mampu menyajikan informasi lebih cepat dan memiliki jangkauan lebih luas jika dibandingkan dengan media lainnya seperti tv contohnya. Bahkan tidak jarang disebutkan jika media social adalah dunia kedua manusia untuk berkomunikasi dan berinteraksi (Wijaya et.al, 2023). Dengan kata lain, media social merupakan media yang memungkinkan terjadinya *knowledge sharing*. Sebuah proses pengkomunikasian pengetahuan seseorang kepada orang lain yang bersumber dari *personal intellectual capital* mereka (Rosinta, Rosman, 2018).

Seluruh informan dalam penelitian ini merupakan pengguna aktif media social yaitu facebook. Tidak hanya aktif menggunakan facebook, beberapa informan dalam penelitian ini juga merupakan bagian dari akun resmi dari pimpinan cabang istimewa Muhammadiyah Malaysia (pengelola Fanspage). Berdasarkan hasil penuturan yang didapatkan, semua informan mengaku jika facebook telah banyak membantu mereka dalam hal komunikasi. Jawaban paling umum diantaranya adalah untuk terus terhubung dengan saudara setanah air, khususnya saudara yang aktif di Persyarikatan Muhammadiyah. Mereka juga menyampaikan jika facebook menjadi obat rindu sekaligus media rekreasi bagi mereka. Sebagai contoh adalah aktifitas berbalas komentar di dalam kolom komentar facebook yang menjadi salah satu kebahagiaan saat mengakses facebook.

Seperti penuturan salah satu informan yang bernama Raswadi. Raswadi menuturkan jika facebook bermanfaat dalam kebutuhan informasi dan sosialnya meskipun tidak jarang mereka belum pernah bertemu secara langsung. Selain itu informan juga menerangkan jika media social dalam hal ini facebook menjadi jembatan informasi bagi dirinya yang ada di Malaysia untuk bias mengetahui kabar Persyarikatan yang ada di Indonesia. Sehingga meskipun mereka berada di Malaysia, mereka tetap bias mengikuti berita Persyarikatan yang ada di Indonesia. Berikut kutipan wawancaranya.

"ya kalau untuk launching di facebook aa dalam dua hari sekali saya mesti buka, cuman kalau update itu seminggu sekali lah. Karena tidak begitu sangat focus di facebook cuman kadang-kadang buka berita daripada Persyarikatan yang ada di Lombok, medan yang notabene untuk Persyarikatan.sedangkan untuk update pcim hampir setiap dua hari sekali dan setiap ada update dari pcim saya akan berinteraksi di dalamnya"

Selain menjadi media informasi tentang Persyarikatan yang ada di Indonesia-Malaysia. Warga Muhammadiyah di Malaysia lainnya menjadikan facebook sebagai media pelecut semangat untuk lebih aktif dalam Persyarikatan. Mundzirin salah satu warga Muhammadiyah yang telah tinggal di

Malaysia selama 30 tahun memberikan penuturan jika mulai mengetahui Pimpinan cabang istimewa Malaysia pada tahun 2016 melalui facebook. Berikut kutipan wawancaranya.

"Pada tahun tahun 2016, saya melihat postingan di Facebook pelantikan Pimpinan PCIM Malaysia periode Dr Sonny Zulhuda. Kemudian kami mencari tahu dan rupanya PCIM di Malaysia, kami yang sudah aktif berkomunitas sesama warga Muhammadiyah sekampung, akhirnya kami mendirikan Pimpinan Ranting Istimewa Muhammadiyah (PRIM) Kepong. Saat Ranting yang ke 5 di PCIM Malaysia. Dari sini saya mulai bzfikir betapa daya Informasi di medsos itu sangat strategis. Sayapun aktif update setiap kegiatan baik di ranting kami maupun di ranting ranting lain. Pada tahun 2018, ketika sedang ngobrol ngobrol di dekati Pak Sonny, bahwa saya di minta membantu menjadi admind di Facebook PCI Muhammadiyah Malaysia, Gitu mulanya pak mulanya"

3.2 Facebook sebagai media syiar dalam rangka mengenalkan Muhammadiyah kepada anggota dan calon anggota Persyarikatan (pengkaderan)

Kekuatan besar dari facebook sebagai media social terpopuler nyatanya menarik perhatian dari Pimpinan Cabang Istimewa Muhammadiyah Malaysia untuk memanfaatkannya sebagai syiar (komunikasi massa). Komunikasi massa menurut Gerbner dalam Saputra (2023) adalah proses produksi dan distribusi informasi yang dilakukan secara terus menerus dengan melibatkan suatu media penyalur hingga informasi tersebut tersebar luas. Seperti yang dilakukan oleh pecinta salawat dulang yang menggunakan media sebagai alat komunikasi massa dalam mengenalkan tradisi tersebut kepada dunia luar (Meigalia, Putra, 2019). Menurut informasi yang didapatkan oleh peneliti dari Mundzirin, admin atau pengelola dari media social Pimpinan Cabang Istimewa Muhammadiyah Malaysia jumlahnya tidak hanya satu. Masih dalam penuturan informan yang sama, hal ini dilakukan karena pimpinan cabang istimewa Muhammadiyah Malaysia menyadari jika keberadaan facebook tidak dapat dipandang sebelah mata sebagai media syiar Persyarikatan. Sehingga admin atau pengelola pun tidak hanya satu orang saja. Hal ini bertujuan agar facebook pimpinan cabang istimewa Muhammadiyah Malaysia selalu dapat menyampaikan kabar Persyarikatan dengan cepat. atau pengelola memiliki tugas sebagai pihak yang melakukan seleksi terhadap postingan yang muncul dalam halaman / grup tersebut. Selain itu, telisik fakta, kejelasan waktu,tempat, dan kejelasan hingga kredibilitas akun pengunggah berita juga merupakan tugas seorang pengelola sebuah fanspage (Zahara, 2018). Hal itu menunjukkan jika informasi yang muncul di beranda facebook khususnya facebook resmi bukanlah informasi sembarang. Melainkan informasi penting, akurat dan terpercaya karena telah melalui berbagai proses seleksi sebelumnya.

Berbagai informasi diyakini mampu diberikan dan didapatkan oleh warga Muhammadiyah Malaysia selama mereka menggunakan facebook. Menurut penuturan informan, informasi seputar keagamaan lah yang menjadi konten utama dalam facebook pimpinan cabang istimewa Muhammadiyah Malaysia. Prosesntasenya pun mencapai pada angka 50%. Sedangkan informasi 50% lainnya adalah informasi tentang kemanusiaan, kabar Persyarikatan (maklumat dsb.) dan kegiatan-kegiatan Persyarikatan (pengajian, perayaan dsb.).

Dalam proses penggalian data yang dilakukan, ditemukan fakta unik tentang facebook sebagai media syiar Persyarikatan. Salah satunya adalah pengakuan yang disampaikan oleh Rawadi. Raswadi mengatakan jika sebelum di Malaysia dan menggunakan facebook, dia tidak pernah mengikuti kegiatan persyarikatan sebelumnya. Namun setelah memiliki facebook dan kemudia melihat berbagai informasi tentang Persyarikatan yang ada di facebook. Dia merasa tertarik untuk mengikuti dan aktif dalam berbagai kegiatan Persyarikatan Muhammadiyah di Malaysia.

Hal lain juga dikemukakan oleh Nita seorang warga Muhammadiyah yang telah tinggal di Malaysia selama 20 tahun. Menurut Nita, Facebook telah menjadi salah satu media efektif dalam mengajet/mengajak individu lain untuk mau mengenal dan belajar tentang Persyarikatan Muhammadiyah. Unggah foto, menandai dalam berbagai postingan adalah contoh cara paling efektif untuk mengenalkan Persyarikatan Muhammadiyah kepada orang yang belum pernah mengenal Persyarikatan. Hal tersebut terbukti mampu mengajak beberapa individu untuk mengenal dan akhirnya terjun aktif dalam Persyarikatan Muhammadiyah. Namun ketika peneliti menanyakan tentang berapa jumlah pasti individu yang menjadi aktif Nita tidak menyebutkannya.

Kajian tentang pengalaman cukup banyak ditemukan dalam berbagai perspektif. Namun kajian tentang pengalaman informasi masih cukup terbatas jika dibandingkan dengan pengalaman dalam bidang lainnya. Kajian ini diharapkan mampu menambah dan berkontribusi dalam konteks pengalaman informasi. Menurut prasetyawan (2019) kajian tentang pengalaman informasi merupakan kajian yang fleksibel dan luas, sehingga peluang untuk terus dikembangkan masih sangat bagus untuk dapat mengungkapkan fenomena-fenomena yang dialami oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Merujuk pada hasil temuan yang telah dikemukakan pada bagian sebelumnya. Dapat diambil poin utama jika keberadaan facebook atau media social memiliki peluang besar untuk dapat terus dimanfaatkan oleh berbagai lembaga, tidak terkecuali Persyarikatan Muhammadiyah. Kemampuan facebook atau media social untuk menjadi media informasi massal adalah salah satu point penting yang kembali harus diperhatikan. Temuan lain juga menegaskan jika Facebook atau media social secara umum juga dapat digunakan sebagai sarana “tebar pesona” bagi masyarakat umum untuk mengenal dan bergabung dengan Persyarikatan. Sisi inilah yang hingga saat ini terus dialami oleh facebook atau media social yang telah berkembang menjadi sebuah control sosial. Seperti yang diungkapkan oleh Junawan jika media social dapat digunakan sebagai sarana pencegahan sekaligus sarana untuk mempengaruhi (merubah) pandangan public (Junawan, 2020).

Media social utamanya facebook yang sudah bertahan sejak tahun 2006 nyatanya masih cukup popular dan efektif hingga di tahun 2024. Temuan dalam penelitian ini menegaskan jika keberadaan facebook khususnya tidak dapat ditinggalkan sebagai sebuah media komunikasi massal bagi sebuah organisasi untuk membagikan informasi seputar kelembagaan/organisasi sekaligus media pengkaderan bagi sebuah organisasi.

4. Simpulan

Facebook sebagai media social terus berkembang hingga tahun 2024 menunjukkan tentang fleksibilitas yang dimilikinya. Kemampuan untuk berbagi informasi dalam berbagai format menjadikan facebook berbeda dan mampu bertahan di antara media social lain seperti TikTok, instagram dsb. Perbedaan itulah yang kemudian menghasilkan pengalaman informasi yang berbeda bagi para penggunanya. Termasuk warga Muhammadiyah di Malaysia yang memiliki pengalaman informasi berbeda antara satu dengan yang lainnya.

Bagi warga Muhammadiyah di Malaysia, facebook merupakan sebuah media yang sangat bermanfaat dalam kehidupan beragama maupun sosial mereka. Melalui facebook mereka mampu mempelajari hal baru (terkait keagamaan) yang mungkin belum pernah diketahui sebelumnya. Selain itu, facebook juga dapat menjadikan mereka menjadi manusia yang lebih semangat untuk terus belajar dan berjejaring dengan cara aktif di Persyarikatan Muhammadiyah sekaligus mengajak orang lain untuk ikut serta dan aktif di Persyarikatan dengan cara menunjukkan foto kegiatan mereka di facebook.

Penulis berharap Persyarikatan Muhammadiyah maupun lembaga lainnya turut serta dan aktif dalam mendorong terwujudnya media social “positif” dengan menghadirkan informasi actual dan terpercaya. Sehingga masyarakat bias dengan penuh keyakinan menjadikan media social sebagai

alternative dalam upaya pemenuhan kebutuhan informasi mereka tanpa takut adanya ancaman-ancaman digital yang marak hingga saat ini.

Daftar Pustaka

- Ahmad, N. (2016). *Berdakwah Melalui Metode Kisah (Tinjauan Manajemen Dakwah)*. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah*, 1(1). <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/tadbir/article/viewFile/2382/1905>
- Bruce, C., Davis, K., Hughes, H., Partridge, H., & Stoodley, I. (2014). *Information Experience: New Perspectives and Research Directions*. In *Library and Information Science* (Vol. 9, pp. 315-320). <https://doi.org/10.1108/S1876-056220140000010016>
- Heriyanto. (2018). *Thematic Analysis sebagai Metode Menganalisa Data untuk Penelitian Kualitatif*. *Anuva*, 2(3), 317-324
- Junawan, H., & Laugu, N. (2020). *Eksistensi media sosial, Youtube, Instagram dan WhatsApp ditengah pandemi covid-19 dikalangan masyarakat virtual Indonesia*. *Baitul'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 41-57.
- Kurnia, U., Sudiar, N., & Amelia, V. (2019). *Literasi Media Baru Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau*. *Jurnal Pustaka Budaya*, 6(1), 43-54. <https://doi.org/10.31849/pb.v6i1.2311>
- Meigalia, E., & Putra, Y. S. (2019). *Sastraa Lisan Dalam Perkembangan Teknologi Media: Studi Terhadap Tradisi Salawat Dulang Di Minangkabau*. *Jurnal Pustaka Budaya*, 6(1), 1-8. <https://doi.org/10.31849/pb.v6i1.2275>
- Muchlas, D., & Setiawan, F. (2022). *Dakwah Muhammadiyah Dalam Masyarakat Digital: Peluang Dan Tantangan*. UAD Press. Kampus II Universitas Ahmad Dahlan. ISBN 978-623-5635-62-0
- Murdiyanto, Eko (2020) *Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal)*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) UPN "Veteran" Yogyakarta Press. ISBN 978-623-7840-32-9
- Ni Wayan, R. A., Tjokorda Istri, P. P., & Gusti Ayu Ketut, S. (2018). *Transformasi Pengalaman Ke Dalam Penciptaan Tari Ginatria*. Working Paper. ISI Denpasar, Denpasar, Bali. <https://download.isi-dps.ac.id/index.php/category/41-tasenitari?download=3164:transformasi-pengalaman-ke-dalam-penciptaan-tari-ginatria>
- Prasetyawan, Y. Y. (2019). *Pengalaman Informasi (Information Experience) Sebuah Alternatif Perspektif Komprehensif dalam Kajian Ilmu Informasi dan Perpustakaan*. ANUVA: Jurnal Kajian Budaya dan Ilmu Perpustakaan, 3(2), 101-108. <https://doi.org/10.14710/anuva.3.2.101-108>
- Purbohastuti, A. W. (2017). *Efektivitas media sosial sebagai media promosi*. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212-231.
- Putri, S. A., & Dewi, A. O. P. (2023). *Pengalaman Informasi Mahasiswa Baru Universitas Diponegoro dalam Memanfaatkan Instagram untuk Menentukan Pilihan Perguruan Tinggi*. Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi, 7(2), 275-286.

- Rosinta, R., & Rosman H., R. H. (2018). *Perilaku Knowledge Sharing (Berbagi Pengetahuan) Pada Unit Kegiatan Mahasiswa Islam (UKMI) Al-Fatah Universitas Lancang Kuning.* *Jurnal Pustaka Budaya*, 5(1), 36-46. <https://doi.org/10.31849/pb.v5i1.1460>
- Saputra, M. R. (2023). *Strategi Komunikasi Radio Komunitas Satoehoe 107.8 Fm Sebagai Informasi Bencana Alam* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). Dasar Metode Penelitian. Literasi Media
- Smilansky. Experiential Marketing. London:Kogan Page. 2009
- Utami, A. F., & Prasetyawan, Y. Y. (2024). *Eksplorasi Pengalaman Informasi Generasi Baby Boomers saat Menggunakan Media Sosial WhatsApp.* Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi, 8(1), 111-126.
- Wijaya, W. R., & Handoyo, S. E. (2023). *Pengaruh Media Sosial, Kreativitas, Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kuliner Jakarta Utara.* Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan, 5(3), 797-804.
- Zahara, Nurbela Neda, (2018). *Peran Pengelola Fanspage Facebook Info Sukoharjo Terhadap Partisipasi Online Warga Sukoharjo.* UMS, Surakarta, <https://eprints.ums.ac.id/67233/1/NASKAH%20PUBLIKASI%20FIX%20NEDA.pdf>