

## Ekspansi Jaringan Sosial: Strategi Efektif dan Konsep dalam Membangun Relasi

Dwi Fitri Ginanti<sup>1</sup>, Rheina Sabrina Az-Zahra<sup>2</sup>, Muhammad Alvian Fakhrul Anam<sup>3</sup>

<sup>1</sup> UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon; [dwifitri2803@gmail.com](mailto:dwifitri2803@gmail.com)

<sup>2</sup> UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon; [rheinasabzhra06@gmail.com](mailto:rheinasabzhra06@gmail.com)

<sup>3</sup> UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon; [alvianfakhrul74@gmail.com](mailto:alvianfakhrul74@gmail.com)

---

### Info Artikel

*Article history:*

Received Jun 30, 2025

Revised Sep, 28 2025

Accepted Sep, 28 2025

Published Sep, 28 2025

---

**Kata Kunci:**

Jaringan Sosial, Strategi, Konsep, Ekspansi Jaringan

---

**Keywords:**

Social Network, Strategy, Concept, Network Expansion

---

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana strategi personal branding dan pemanfaatan fitur interaktif yang ada pada media sosial dapat berkontribusi terhadap penguatan relasi sosial. Penelitian ini menggunakan metode naratif atau studi pustaka dengan cara menelaah berbagai jurnal dan artikel ilmiah yang relevan dengan topik yang kami bahas terkait jaringan sosial, media digital, dan strategi membangun relasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat memperluas jaringan sosial dan meningkatkan kepercayaan publik. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi tetapi juga dapat digunakan sebagai lokasi strategis untuk membangun hubungan sosial yang kuat. Penelitian ini memberikan pemahaman tentang pentingnya pengelolaan citra diri digital dan strategi media sebagai modal sosial di era saat ini.

---

### ABSTRACT

This research aims to examine how personal branding strategies and the utilization of interactive features on social media can contribute to strengthening social relations. This study employs a narrative method or literature review by examining various journals and scientific articles relevant to the topics we discuss related to social networks, digital media, and relationship-building strategies. The results of this study indicate that the use of social media can expand social networks and increase public trust. Social media not only serves as a communication tool but can also be used as a strategic location to build strong social relationships. This research provides an understanding of the importance of managing digital self-image and media strategies as social capital in the current era.

---

**Corresponding Author:**

Name: Muhammad Alvian Fakhrul Anam

Institution: UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

Email: [alvianfakhrul74@gmail.com](mailto:alvianfakhrul74@gmail.com)

---

## 1. PENDAHULUAN

Didalam masa yang ditandai dengan pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan globalisasi yang menyebar di seluruh dunia menciptakan sebuah era yang dimana mudahnya manusia dalam bersosialisasi antar manusia lain, jaringan sosial yang di anggap sangat penting dalam menunjang kehidupan sosial dalam masyarakat dan juga dijadikan peran yang sangat krusial

Doi: 10.59066/jspk.v2i1.1382

Available Online at: <https://jurnal.erapublikasi.id/index.php/JSPK>

Jurnal Sosiologi Pendidikan Kolaboratif

Volume 2 Nomor 1, Tahun 2025

e-ISSN: 3089-5618, Hal 42-47

dalam strategi pengembangan dunia bisnis, pendidikan, karir individu atau kelompok, dan bahkan politik. dalam perannya di masyarakat jaringan sosial ini suatu sistem penghubung antara individu dengan individu dengan kategori informal. akan tetapi jaringan sosial juga dijadikan sistem oleh pelakunya yang terstruktur yaitu dalam lingkup organisasi, perannya yang sangat krusial akan menghasilkan untuk para pelakunya pendapatan atau pertukaran informasi dan sumber daya yang sebelumnya sulit di akses berubah menjadi mudah akibat perkembangan teknologi digital yang khususnya media sosial dan platform jejaring profesional yang merubah dalam melakukan interaksi dari terbatas menjadi tak terbatas baik dari lintas geografis, budaya, serta letak dalam waktu yang singkat. Jaringan sosial yang memiliki pengertian terbentuknya perkumpulan antara individu dengan individu yang lain ataupun kelompok dengan kelompok yang lain yang terhubung melalui interaksi sosial yang dilakukan secara langsung (tatap muka) ataupun tidak langsung (digital). Menurut (Hajar et al., 2019), jaringan sosial adalah bagian penting dalam penghubung kehidupan manusia yang memiliki pendapat serta tujuan yang sama sehingga terjadi ketergantungan antara satu sama lain, hal ini juga di selarasakan menurut (Simanjuntak et al., 2025) yang mengatakan bahwasannya jaringan sosial adalah alat sebagai alat interaksi dan penghubung antara individu, kelompok, dan entitas sehingga saling terhubung untuk menciptakan perluasan akses dengan harapan satu tujuan kerja sama dan solidaritas.

Namun demikian, kemudahan akses penghubung tidak semerta-merta kualitas dan efektivitas jaringan yang terbentuk itu terjamin. ketidak efektivitasan akses ini tercipta akibat luasnya jaringan akan tetapi minimnya relasi yang memadai dalam strategi untuk memanfaatkannya secara optimal. Ekspansi jaringan sosial merupakan sebuah upaya atau strategi dalam perluasan relasi yang menguntungkan seperti dukungan, pekerjaan, dan pertukaran informasi. Ekspansi juga menekankan tentang pentingnya kualitas yang sepadan dari kuantitas relasi. Oleh karena itu, pentingnya pemahaman mengenai ekspansi jaringan sosial yang menjadi proses penambahan jumlah koneksi secara kualitas untuk upaya strategis dalam membangun hubungan yang saling menguntungkan. Secara individu, jaringan sosial yang kuat dapat dijadikan sebagai tempat pengembangan diri yang bertujuan untuk meningkatkan karier dan memperluas wawasan perspektif individu. Bagi organisasi jaringan yang dikelola dengan sangat baik akan dapat mendukung dalam kolaborasi antar sektor, memperluasnya pasar sehingga memperkuat ekosistem di bidang industri. oleh karena itu, pemahaman yang baik serta penerapan konsep-konsep dasar yang baik pula dalam berjejaring sosial akan menciptakan startegi yang efektif serta penerapan yang tepat sehingga ekspansi jaringan sosial tidak hanya reaktif tetapi akan terarah dan produktif

Penelitian sebelumnya telah membahas jaringan sosial dalam berbagai hal, misalnya penelitian milik (Pambudi et al., 2023) mengkaji mengenai pembentukan karakter yang dialami oleh generasi Z dalam jejaring sosial. Penelitian tersebut membahas mengenai keterlibatan generasi Z dalam platform digital yang memiliki peran penting untuk membentuk nilai-nilai empati, tanggung jawab, dan kemampuan berkomunikasi. Dalam penelitian ini, ditunjukkan bahwa jejaring sosial memiliki peran yang penting dan strategis dalam proses pembentukan reloasi sosial pada generasi muda di era digital. Penelitian oleh (Hermawan, 2020) yang membahas mengenai strategi *public relations* dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, yang di mana media sosial digunakan sebagai kunci dalam *public relations* tersebut. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menggunakan dua strategi untuk mengelola media, yaitu konsep POP (Pre Event, On Event, dan Post Event) dan konsep POSE (Paid Media, Socialmedia, dan Endorser). Sementara itu, (Pertiwi & Irwansyah, 2020) Menunjukkan bahwa *personal branding* yang dibangun melalui media sosial dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan pengaruh sosial dan membentuk identitas digital. Penelitian ini menegaskan bahwa media sosial tidak hanya menjadi tempat aktualisasi diri, tetapi juga sarana strategis untuk membangun hubungan sosial yang luas dengan audiens yang memiliki karakteristik yang sama. Selanjutnya penelitian (Saleh et al., 2024) menunjukkan bahwa konsep jaringan sosial memiliki

Sembilan kelengkapan, yakni *interaction network*, *engagement networks*, *social capital*, *coastal community resilience*, *coastal community exposed*, *social network*, *linking social*, *social knowledge networks*, dan *community cohesion*. Berdasarkan kelengkapan tersebut, menghasilkan dua jaringan sosial antara masyarakat Nelayan, yaitu hubungan individu atau masyarakat sebagai penguatan kelompok pada skala mikro atau internal, dan densitas jaringan adalah pola hubungan kelompok sebagai penguatan organisasi pada skala eksternal atau messo dan makro.

Penelitian lanjutan diarahkan pada studi empiris yang dimana meneliti mengenai dampak ekspansi jaringan sosial sendiri terhadap kesejahteraan individu. Fokus utama dari penelitian ini ialah menganalisis bagaimana perluasan jaringan sosial dapat memengaruhi kesejahteraan individu baik dalam hal ekonomi, psikologis, maupun sosial. Dalam hal ekonomi sendiri akan mengeksplorasi mengenai sejauh mana perluasan jaringan sosial membuka peluang ekonomi bagi individu, bisa berupa akses terhadap informasi pekerjaan, peluang usaha, maupun dukungan modal lainnya. Dalam segi kesejahteraan psikologis, ekspansi jaringan sosial mempunyai potensi untuk memperkuat emosional dan psikologis terhadap individu. Dalam aspek kesejahteraan sosial perluasan jaringan sosial berdampak pada hubungan sosial yang harmonis, menimbulkan rasa memiliki terhadap komunitas dan juga partisipasi sosial. Berdasarkan beberapa penelitian di atas, artikel ini membahas secara rinci dan menyeluruh konsep-konsep dasar dalam membangun jaringan sosial, mengurai startegi-strategi efektif yang harus diterapkan oleh individu atau organisasi, serat memfokuskan pentingnya kualitas yang dimiliki oleh relasi dibandingkan hanya sekedar kuantitas relasi. Dengan pendekatan yang berbasis teori sosial, artikel ini bertujuan untuk memberikan wawasan dan pemahaman yang komprehensif bagi siapapun yang bertujuan untuk memperluas jejaring sosial secara bijak, cerdas, serta beretika baik dalam lingkungan sosial atau profesional.

## 2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam artikel ini adalah metode naratif atau studi Pustaka yang berfokus untuk menelaah berbagai jurnal dan artikel ilmiah yang relevan dengan topik yang kami bahas. Metode studi Pustaka dipilih karena memungkinkan untuk mengamati penulis lain yang menuangkan hasil pemikirannya seputar konsep jaringan sosial, strategi, serta relasi sosial dalam konteks masyarakat modern pada sebuah jurnal dan artikel ilmiah. Pendekatan ini membantu penulis memahami secara mendalam mengenai latar belakang atau pendahuluan, isi argumen atau pembahasan, dan kesimpulan melalui studi kepustakaan. Pendekatan studi Pustaka ini membantu kami menyelusuri berbagai temuan yang nantinya dapat dijadikan sebagai landasan teoritis dan konseptual. Tujuan utama penggunaan metode ini adalah untuk memperkuat pemahaman tentang jaringan sosial dan peranannya dalam membentuk relasi yang strategis, adaptif, dan berkelanjutan di era digital saat ini, sekaligus memastikan sumber yang digunakan tepat dan relevan dengan pertanyaan penelitian.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Strategi Efektif Dalam Membangun Relasi Jaringan Sosial

Dalam upaya membangun relasi jaringan sosial yang bermakna bagi masyarakat, diperlukan berberapa strategi yang dapat dianggap efektif. Salah satu strategi efektif yang terbukti relevan pada era modern dalam mebangun jaringan sosial yaitu dengan cara membangun *personal branding* yang kuat. Personal branding sendiri merupakan suatu proses yang dilakukan oleh seseorang untuk memperkenalkan kemampuan dan ciri khas kepada kelompok audiens tertentu (Anggarini, 2021). Dalam proses membentuk dan membangun personal branding yang autentik, diperlukan kepatuhan terhadap kode etik serta perilaku yang ditetapkan oleh ambisi pribadi, hal tersebut merupakan kunci utama untuk menciptakan personal branding yang dapat diterima dengan baik oleh publik (Hendra, 2020). Personal branding ini dapat memungkinkan seseorang untuk menunjukkan kemampuan mereka, menunjukkan nilai atau value yang mereka miliki dan

membedakan dirinya dengan orang lain. Dalam konteks sosiologi, personal branding memungkinkan individu untuk menunjukkan nilai atau keunikan diri, meningkatkan persepsi positif, dan memperluas kesempatan interaksi dengan kelompok sosial lain yang lebih beragam. Biasanya rasa percaya diri dan persepsi yang terkesan positif akan lebih mudah untuk membantu seseorang dalam membangun hubungan sosial yang sehat. Oleh karena itu, membangun persodal branding merupakan salah satu strategi yang diperlukan untuk membangun fondasi dalam berbagai lapisan masyarakat.

Di era yang telah modern ini, tentu sangatlah penting membentuk dan membangun personal branding. Dalam membangun personal branding, pasti diperlukan adanya beberapa cara yang dapat dilakukan untuk menunjukkan personal branding apa yang kita miliki. Berikut beberapa strategi dalam membangun personal branding, yaitu: (1). Identifikasi Nilai dan Keunikan Diri, langkah awal dalam membangun personal branding ialah kita harus melakukan refleksi dan mengidentifikasi nilai personal, keunggulan, dan keunikan dalam diri kita yang akan menjadi pembeda antara diri kita dan individu lainnya. Hal tersebut sangatlah penting, karena dalam membangun relasi diperlukan individu-individu yang memiliki kualitas yang baik, (2). Membangun Nilai Personal bisa dilakukan dengan mengakses pendidikan yang tinggi, hal ini merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan. Melalui pendidikan akan memperoleh wawasan yang nantinya akan menjadi nilai plus untuk diri sendiri. (3). Konsistensi Pesan Komunikasi, untuk mempunyai personal branding yang kuat, perlu adanya komunikasi yang bagus untuk dimiliki seseorang. Personal branding yang kuat bisa ditandai dengan konsistensi penyampaian pesan. Penyampaian pesan tersebut bisa berbentuk verbal maupun non-verbal. Konsistensi ini akan menciptakan citra yang baik di mata public dalam membangun personal branding.

### **Optimalisasi Media Sosial dalam Mendukung Jaringan Sosial**

Pemanfaatan media digital kini menjadi pusat strategis dalam memperluas jaringan sosial dengan memperkuat personal branding. Melalui *platform* digital seperti *Instagram*, *facebook*, dan *LinkedIn* kita dapat meningkatkan dan memperluas personal branding. Optimalisasi media sosial tersebut juga tidak hanya dilakukan melalui penerbitan konten saja, tapi juga pada pemanfaatan fitur interaktif seperti *Instagram story*, *direct message*, dll yang dapat meningkatkan keterlibatan audiens secara langsung dan pendekatan strategis yang dapat memperkuat personal branding dan memperluas jaringan sosial. Melalui media sosial kita bisa mendapatkan informasi. Informasi yang didapat sendiri bisa membawa peluang kerja sama yang bisa membuka peluang kuatnya jaringan sosial masyarakat (Saleh et al., 2024). Media sosial saat ini telah berubah menjadi alat yang bukan hanya memperluas jaringan, tetapi juga dinamis kekuasaan dan status sosial. Individu yang tergolong aktif dalam media sosial lebih memungkinkan untuk mendapatkan perhatian dan memberikan pengaruh yang signifikan bagi masyarakat. Oleh karena itu, data yang diperoleh dari jejaring sosial ini dapat memungkinkan akses ke kolaborasi lintas bidang, memperkuat solidaritas sosial, dan meningkatkan eksistensi individu dan kelompok di masyarakat.

Optimalisasi sendiri merupakan sebuah proses menjadikan sesuatu lebih baik lagi, dalam konteks optimalisasi media sosial ialah uatu usaha proses dalam memaksimalkan penggunaan platform digital. Sedangkan dalam ontek jaringan sosial, optimalisasi ini didalamnya terdapat peningkatan visibilitas, dan efektivitas komunikasi untuk memperluas hubungan antar individu maupun suatu kelompok. Dalam mengoptimalkan media sosial untuk membangun sebuah relasi dan jaringan sosial, maka diperlukan juga strategi yang tepat untuk penyesuaian, seperti:

#### **1. Pemilihan Konten yang Mempunyai Nilai Bermakna serta Tepat Sasaran**

Konten yang akan kita sajikan pada platform digital, terkhususnya akun yang kita miliki akan berdampak pada penilaian audiens untuk menyukai dan bahkan memulai pervakapan. Sebuah konten yang informatif, mengandung inspirasi, dan edukatif tentu sangat diperlukan untuk terciptanya personal branding yang kuat nantinya.

## 2. Menetapkan Target Audiens Secara Spesifik

Dimana dalam hal ini salah satu hal yang penting, karena kita harus memahami terlebih dahulu target audiens kita ingin ditujukan kepada siapa, hal ini bisa dilakukan dengan memahami karakteristik pengguna media sosial, melihat minat, serta kebiasaan yang biasanya dilakukan para audiens yang selanjutnya sebagai langkah dalam menyusun strategi lainnya.

## 3. Bergabung Dengan Komunitas Digital

Mengikuti sebuah group atau komunitas yang ada di media sosial juga salah satu cara untuk dapat membuka peluang untuk relasi baru dan jaringan sosial. Karena ketika kita bergabung komunitas dan sampai menghadiri acara yang diadakan seperti webinar, kita akan bertemu dengan orang baru dan bisa mendapat banyak ilmu serta membuka kesempatan yang lebih luas.

Adanya optimalisasi media sosial terhadap relasi sosial ini akan memungkinkan sebuah relasi terbentuk tanpa adanya batasan ruang maupun waktu. Individu maupun kelompok dapat menemukan sesuatu yang baru seperti rekan kerja, teman untuk berkolaborasi dari bidang yang berbeda ataupun peluang bisnis lainnya. Semakin seseorang aktif dan terus menjalankan usaha optimalisasinya secara professional di media sosial maka akan semakin tinggi pula peluang yang mereka dapatkan untuk dilihat suatu komunitas atau institusi tertentu.

### **Etika dan Kredibilitas dalam Jaringan Sosial**

Etika dan Kredibilitas dalam jaringan sosial merupakan dua hal utama yang harus dibangun. Etika dapat diartikan sebagai standar moral yang harus diikuti oleh masyarakat dalam kehidupan sosialnya (Fahrimal, 2018). Etika dan kredibilitas tidak hanya membentuk reputasi individu, tetapi memengaruhi struktur sosial dalam jaringan yang merujuk pada tanggung jawab, rasa hormat, dan perlindungan privasi orang lain. Etika sosial juga mengatur bagaimana seseorang berperilaku maupun berinteraksi dalam jejaring sosial maupun secara langsung. Menurut (Ramadhan et al., 2022) etika internet atau yang disebut dengan istilah *Netiquette* (*network etiquette*) mengacu pada aturan sosial untuk berinteraksi dengan baik dan saling menghormati satu sama lain dengan pihak yang terlibat dalam media komunikasi. Meskipun etika internet ini bersifat informal, tetapi tetap menggambarkan etika pada umumnya, yaitu bersikap sopan, menghindari ujaran kebencian atau SARA, dan berhati-hati dalam penyebaran konten maupun informasi untuk melindungi privasi diri sendiri dan orang lain.

Sedangkan kredibilitas dalam jaringan sosial mengacu pada sejauh mana seseorang atau akun dianggap dapat dipercaya dan konsisten dalam menyampaikan informasi atau membangun relasi. Kredibilitas menjadi faktor penting dalam menentukan kepercayaan publik terhadap media, media yang memiliki kredibilitas yang tinggi biasanya akan ditandai oleh akurasi informasi dan konsisten dalam menyajikan konten yang informatif (Septian & Mola, 2025). Terdapat tiga aspek yang mempengaruhi kredibilitas sumber, hal ini dijabarkan oleh Hovland, Janis, dan Kelly dalam (Putri et al., 2024), yaitu *Trustworthiness* (keterpercayaan), *Attractiveness* (daya tarik), dan *Expertise* (keahlian). Ketiga aspek tersebut memiliki peran yang penting dalam membangun persepsi publik tentang kualitas dan integritas media atau akun jejaring sosial.

## 4. KESIMPULAN

Dari hasil kajian literatur, strategi paling tepat dalam memperluas dan memperkuat jaringan sosial melalui personal branding yang memiliki ciri khas otentik serta mengoptimalkan media sosial, didalam personal branding individu maupun kelompok menampilkan keunikan, nilai, dan kapabilitas yang konsisten sehingga menimbulkan kepercayaan dari publik, namun demikian etika berjejaring sosial adalah unsur yang penting dalam menyeimbangi strategi yang dilakukan

sehingga menciptakan konsistensi dalam berjejaring oleh individu atau kelompok yang menjadi daya tarik sendiri. secara keseluruhan ekspansi jaringan sosial yang efektif tidak sekedar bergantung ada jumlah relasi, tetapi sanhat di tentukan oleh kualitas intersksi, konsistensi branding, upaya dalam pemanfaatan media digital secara optimal, dan etika yang ditanamkan dalam kegiatannya. dalam pendekatan yang strategis ekspansi jaringan sosial merupakan langkah yang produktif berkelsjutan dalam membangun hubungan yang salong menguntungkan pada era saat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggarini, D. T. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Personal Branding dalam Membangun Citra dan Popularitas dalam Media Sosial. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 259–268.  
<https://doi.org/10.35899/biej.v3i4.341>
- Fahrimal, Y. (2018). Netiquette : Etika Jejaring Sosial Generasi Milenial Dalam Media Sosial. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 22(1), 69–78.
- Hajar, S., Rauf, B. A., Ah, A. B., Wahab, H. B., Binti, S. H., & Rauf, A. (2019). Konsep Jaringan dan Aplikasi Teori Jaringan Sosial ke dalam Jaringan Perkhidmatan Kebajikan Kanak-kanak. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 4(3), 147–163. [www.msocialsciences.com](http://www.msocialsciences.com)
- Hendra, R. (2020). Strategi Personal Branding Perupa Melalui Media Sosial. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 6(2), 67–76.  
<https://doi.org/10.24821/jtks.v6i2.4689>
- Hermawan, E. (2020). Strategi Public Relations Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam Membangun Media Relations. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 5(2), 140.  
<https://doi.org/10.32503/jmk.v5i2.1028>
- Pambudi, R., Budiman, A., Rahayu, A. W., Sukanto, A. N. R., & Hendrayani, Y. (2023). Dampak Etika Siber Jejaring Sosial Pada Pembentukan Karakter Pada Generasi Z. *JURNAL SYNTAX IMPERATIF : Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 4(3), 289–300. <https://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v4i3.262>
- Pertiwi, F., & Irwansyah, I. (2020). Personal Branding Ria Ricis Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 23(1), 15–30. <https://doi.org/10.20422/jpk.v23i1.631>
- Putri, M. K., Elita, R. F. M., & Trulline, P. (2024). Pengaruh Kredibilitas Social Media Influencer Generasi Z Terhadap Minat Beli Kebaya Pada Followers Tiktok @raniaayamin. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 125–133. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i2.925>
- Ramadhan, R. A., AS, E., & Bahrudin. (2022). Etika Komunikasi Dalam Bermedia Sosial. *ANNABA: Jurnal Ilmu Jurnalistik*, 7(2), 333–356.
- Saleh, A. A., Abdullah, S., & Radjab, M. (2024). Kajian Literatur Reviu : Jaringan Sosial Masyarakat Nelayan. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 14(01), 54–77. <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http>
- Septian, M., & Mola, R. (2025). Kredibilitas dan Etika di Era Hoaks : Studi Kasus Pendekatan Jurnalistik Trito . id. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(3), 28–34.
- Simanjuntak, Y., Hutabarat, P. T., Indah, R., Manurung, S., Harliana, P., Komputer, I., Medan, U. N., Sosial, A. J., Informasi, P., & Pendahuluan, I. (2025). *Analisis jaringan sosial sederhana menggunakan algoritma graf*. 12(1).