STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UNTUK PENYEBARAN INFORMASI MENGENAI PROGRAM PEMERINTAH DISKOMINFO CIANJUR

Adi Mulyadi[1], Vivien Febri Astuti[2]
mulyadiiadi@apps.ipb.ac.id[1], vivien-fas@apps.ipb.ac.id[2]
College Of Vocational Studies IPB University

ABSTRAK

Strategi komunikasi humas pada media sosial Instagram bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan pendekatan yang diterapkan oleh Humas Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian (Diskominfo) Kabupaten Cianjur dalam menyampaikan informasi program-program pemerintah daerah melalui platform media sosial Instagram. Media sosial menjadi salah satu sarana yang efektif dalam membangun komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat, terutama dalam era digital seperti saat ini. Fokus utama penelitian ini adalah strategi komunikasi yang digunakan dalam penyebaran informasi melalui akun Instagram resmi Diskominfo Cianjur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan mencakup perencanaan konten, pemanfaatan fitur-fitur Instagram secara optimal, serta evaluasi efektivitas penyampaian informasi. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi komunikasi digital bagi instansi pemerintah lainnya.
Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Humas Pemerintah, Media Sosial, Instagram, Diskominfo Cianjur.

ABSTRACT

This research aims to analyze and elucidate the communication strategy implemented by the Public Relations Division of the Department of Communication, Informatics, and Encryption (Diskominfo) of Cianjur Regency in disseminating local government program information through the Instagram platform. Social media has become an effective tool for fostering two-way communication between the government and the public, especially in the current digital era. The primary focus of this research is on the communication strategy applied in conveying information through the official Instagram account of Diskominfo Cianjur. A qualitative descriptive approach was employed, utilizing data collection methods such as observation, interviews, and documentation. The findings indicate that the communication strategy encompasses content planning, optimal utilization of Instagram features, and evaluation of information delivery effectiveness. These insights are expected to serve as a reference for developing digital communication strategies in other government institutions.
Keywords: *Communication Strategy, Government Public Relations, Social Media, Instagram, Diskominfo Cianjur*

PENDAHULUAN

Latar belakang

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi dan akses informasi masyarakat Indonesia. Salah satu indikator perubahan ini adalah meningkatnya jumlah pengguna internet dan media sosial.Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2024, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221,6 juta orang, atau sekitar 79,5 persen dari total populasi.Sementara itu, laporan We Are Social dan Hootsuite pada Januari 2024 mencatat bahwa pengguna media sosial di Indonesia mencapai 139 juta orang, setara dengan 49,9% dari populasi. Tren ini menunjukkan peran penting internet dan media sosial dalam kehidupan masyarakat Indonesia, baik sebagai sarana komunikasi, hiburan, maupun sumber

informasi.

Media sosial adalah platform daring yang memungkinkan penggunanya untuk berpartisipasi, berbagi, berinteraksi, berdiskusi, berkolaborasi, dan menciptakan konten melalui berbagai jenis platform yang tersedia (Cahyono, 2016). Beberapa platform yang sering digunakan antara lain YouTube, Facebook, WhatsApp, Instagram, dan lain-lain. Seiring dengan berkembangnya teknologi digital, jumlah pengguna media sosial di Indonesia pun semakin meningkat secara signifikan. Hal tersebut dapat dibuktikan oleh riset yang dilakukan perusahaan media We Are Social yang bekerja sama dengan Hootsuite, menyebut ada 150 juta pengguna media sosial di Indonesia (Pertiwi, 2019).

Menurut Kaplan & Haenlein (2010), Dalam studi awal tentang media sosial, Kaplan dan Haenlein menyebut bahwa platform seperti Instagram merupakan contoh media sosial berbasis konten, khususnya content communities yang berfokus pada berbagi gambar dan video. Mereka menekankan pentingnya keaslian dan kecepatan dalam menyampaikan pesan visual di media seperti Instagram.

Era modern yang penuh dengan perkembangan globalisasi, Humas dikenal dengan istilah Digital Public Relation. Kehadiran Digital Public Relation membuat aktivitas kehumasan semakin terhubung dengan penggunaan internet. Humas merupakan bagian penting dari sebuah instansi yang memiliki tanggung jawab untuk memahami serta mengevaluasi berbagai pendapat publik terkait instansi tersebut. Menurut ahli Moore (2005:6) Humas adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dalam prosedur seorang individu atau sebuah organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan menjalankan suatu program untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan publik.

Humas dapat dibedakan menjadi dua jenis utama, yaitu berada dalam instansi pemerintah dan di sektor non-pemerintah atau lembaga komersial. Klasifikasi humas dalam pemerintahan mencakup Humas Pemerintah Pusat (Center Government) serta Humas Pemerintah Daerah (Local Government).Peran humas sangat krusial sebagai jembatan komunikasi antara instansi pemerintah dengan publik, baik yang berasal dari lingkungan internal maupun eksternal. Humas pemerintah memiliki tugas penting dalam membangun hubungan yang efektif melalui komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan visi, misi, tujuan, serta berbagai program instansi pemerintahan kepada masyarakat.

Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Cianjur merupakan unit pelaksana yang menangani urusan di bidang persandian. Dinas ini dipimpin oleh seorang Kepala Dinas yang bertanggung jawab langsung kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah. Pembentukan dinas ini berlandaskan beberapa regulasi, yaitu Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah; Peraturan Bupati Cianjur Nomor 50 Tahun 2016 mengenai Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, serta Tata Kerja Perangkat Daerah di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Cianjur; serta Peraturan Bupati Cianjur Nomor 71 Tahun 2016 yang mengatur Tugas, Fungsi, dan Tata Kerja Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Cianjur.

Perkembangan humas sebagai bidang profesional tidak terlepas dari pesatnya kemajuan teknologi komunikasi. Pengaruh teknologi komunikasi terhadap praktik kehumasan, khususnya melalui strategi humas dalam media sosial, mampu memperluas jangkauan, meningkatkan efektivitas strategi, serta mendorong terjadinya komunikasi yang lebih interaktif.Seiring dengan meningkatnya transparansi informasi, upaya mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik dapat dilakukan dengan menyediakan saluran komunikasi yang efisien. Kehadiran sistem komunikasi publik memungkinkan masyarakat untuk memperoleh berbagai informasi terkait program-program pemerintah secara lebih terbuka.

Humas Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian merupakan bagian dari Bidang Informasi dan Komunikasi Publik yang memiliki tanggung jawab utama membantu Kepala Dinas dalam merumuskan serta melaksanakan kebijakan teknis, program, dan kegiatan di bidang tersebut. Tugas Humas Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian mencakup layanan kehumasan yang bertujuan membangun citra positif Kabupaten Cianjur, mengelola akun media sosial resmi, serta menyelenggarakan berbagai agenda atau kegiatan yang terkait dengan dinas tersebut. Laporan Praktik Kerja Lapangan ini membahas tentang bagaimana peran Humas dalam menyebarluaskan informasi terkait program-program pemerintah Kabupaten Cianjur kepada masyarakat.

METODOLOGI

Lokasi dan Waktu PKL

Penelitian kegiatan Praktik Kerja Lapangan/Magang ini disusun berdasarkan data yang diperoleh selama Praktik Kerja Lapangan/Magang yang dilaksanakan di Dinas Komunikasi dan Informatika yang beralamat di Jalan KH. Abdullah Bin Nuh, Nagrak, Kecamatan Cianjur. Kabupaten Cianjur Jawa Barat 43215. Penelitian Praktik Kerja Lapangan/ Magang dilaksanakan selama empat bulan dimulai sejak 20 Januari 2025 sampai dengan 20 Juni 2025.

Data dan Instrumen

Data merupakan hal yang sangat penting untuk diperoleh dalam pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan/Magang. Data tersebut diolah untuk penyusunan Laporan Praktik Kerja Lapangan/Magang. Jenis data yang dikumpulkan terdiri atas data primer dan sekunder.

Data Primer Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Data Primer yang didapat untuk penyusunan Laporan Praktik Kerja/Lapangan Magang yaitu terkait Strategi Komunikasi Humas pada Media Sosial Instagram untuk Penyebaran Informasi mengenai Program Pemerintah Diskominfo Cianjur.

Data Sekunder Data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain atau tidak langsung diperoleh langsung dari sumbernya. Data sekunder yang didapat untuk penyusunan Laporan Praktik Kerja Lapangan/Magang yaitu Sejarah Diskominfo dan Persandian Cianjur, visi dan misi, logo Diskominfo, Struktur organisasi Diskominfo, Struktur bidang Informasi Komunikasi Publik, tugas dan fungsi serta gambar yang diambil dari arsip bidang Informasi Komunikasi Publik dalam Laporan Praktik Kerja Lapangan/ Magang ini data-data sekunder diperoleh dari pengumpulan data melalui sumber-sumber yang telah ada seperti dalam studi literatur dari web atau jurnal yang dapat menunjang materi yang berkaitan dengan Strategi Komunikasi Humas pada Media Sosial Instagram untuk Penyebaran Informasi mengenai Program Pemerintah Diskominfo Cianjur.

Instrumen merupakan alat pendukung yang digunakan untuk mengumpulkan data. Instrumen yang digunakan, yaitu:

a. Daftar Pertanyaan Daftar pertanyaan disiapkan untuk proses wawancara diajukan kepada Kepala Bidang Informasi Komunikasi Publik (IKP) di Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian untuk menggali informasi.

Tenik Pengumpulan data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penyusunan Laporan Praktik Kerja Lapangan/Magang dilakukan dengan empat teknik, yaitu:

a. Wawancara Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi dan penjelasan dengan cara mengajukan pertanyaan kepada pihak Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian yang memiliki keterkaitan dengan Humas.
b. Observasi Observasi merupakan kegiatan mengamati yang dilakukan secara langsung dari setiap kegiatan di Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian meliputi media

sosial instagram.

c. Partisipasi Aktif Partisipasi Aktif merupakan kegiatan berpartisipasi secara langsung dalam Strategi Humas dalam pemanfatan media sosial instagram kepada masyarakat. Partisipasi aktif ini meliputi Rapat divisi, liputan siaran pers, serta monitoring dalam media sosial instagram dalam informasi program pemerintah.
d. Studi Literatur Studi Literatur merupakan kegiatan pengumpulan data dengan membaca atau mencatat dari buku, jurnal, dan Internet.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum dan Sejarah Dinas Komunikasi, lnformatika, dan Persandian Kabupaten Cianjur

Gambar 1. Logo Diskominfo Persandian Cianjur

Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Cianjur Nomor 18 Tahun 2021 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah, Dinas Komunikasi, lnformatika, dan Persandian Kabupaten Cianjur sebagai dinas yang mempunyai tugas pokok dan fungsi untuk membantu Bupati dalam dalam melaksanakan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah dan tugas pembantuan di bidang komunikasi dan informatika, urusan pemerintahan bidang persandian, dan urusan pemerintahan bidang statistik, sesuai dengan Peraturan Bupati Cianjur Nomor 70 Tahun 2021 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas, Fungsi serta Tata Kerja Perangkat Daerah Di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Cianjur serta Peraturan Bupati Cianjur Nomor 98 Tahun 2021 tentang Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Unit Organisasi di Lingkungan Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Kabupaten Cianjur, telah ditetapkan Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian.

Adapun penjelasan dasar hukum mengenai Dinas Komunikasi dan Persandian Cianjur adalah:

1. Bahwa untuk melaksanakan ketentuan Pasal 17A Perda Kab. Cianjur no 18. Tahun 2021 maka perlu ditetapkan kembali Perbup tentang Tugas dan Fungsi Serta tata kerja Unit Organisasi di Lingkungan Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian Kabupaten Cianjur.
2. Dasar Hukum Peraturan Bupati ini adalah UU No. 5 Tahun 2014; UU No.23 Tahun 2014 sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan UU no.9 Tahun 2015; PP No 72 Tahun 2019; Perkep Lembaga Sandi Negara No.9 Tahun 2016; Permen Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi No.17 Tahun 2021; Permen Penyandagunaan Aparatir Negara dan Reformasi Birokrasi No.25 tahun 2021; Perda Kab Cianjur No.18 Tahun 2021; Perbup Cianjur No. 70 Tahun 2021.
3. Peraturan Bupati ini Mengatur Tentang Ketentuan Umum, Kedudukan Tugas dan Fungsi, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi Tata Kerja, Pembiayaan, Kepegawaian, Dan Ketentuan Penutup.

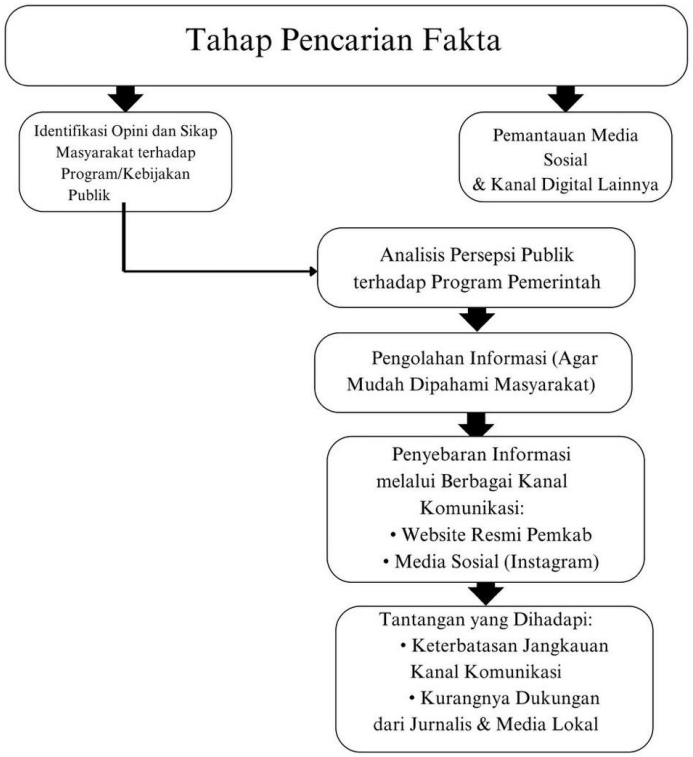
Strategi Komunikasi Humas pada Media Sosial Instagram

Strategi Komunikasi Humas memiliki arti rencana jangka panjang untuk menyusun berbagai rencana teknis dan langkah komunikasi yang akan diambil dalam kegiatan kehumasan dengan memperhatikan jumlah anggaran dan waktu kegiatannya. Menurut Cutlip, Centre, dan Broom dalam Effective Public Relations (1982), peran humas dijalankan melalui empat tahap, yaitu tahap pencarian fakta, tahap perencanaan, tahap

komunikasi dan tahap evaluasi. Keempat tahapan ini menjadi dasar dalam praktik kehumasan, terutama dalam konteks digital saat ini, di mana media sosial Instagram berperan penting dalam penyebaran informasi publik, termasuk program pemerintah

Tahap Pencarian Fakta

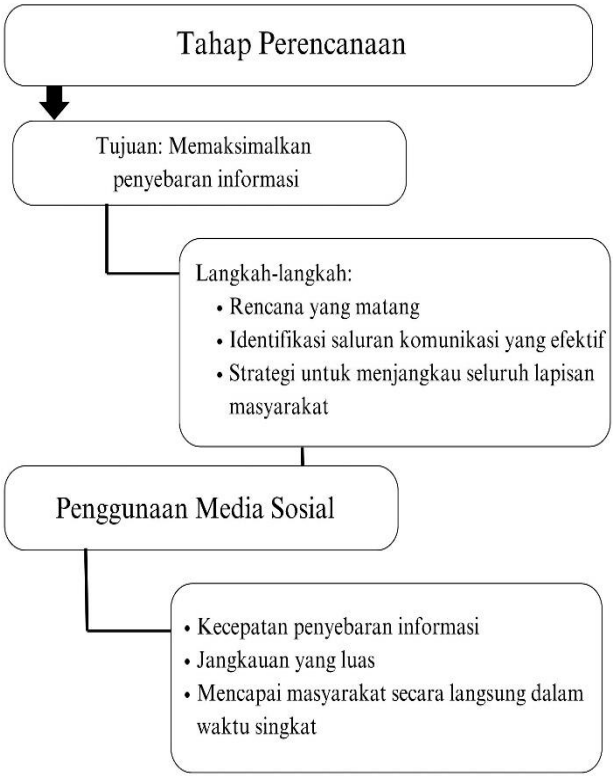
Tahap pencarian fakta merupakan langkah awal yang krusial dalam strategi humas di Diskominfo dan Persandian Cianjur untuk penyebaran informasi program pemerintah. Pada tahap ini, humas mengidentifikasi opini, sikap, dan respons masyarakat terhadap kebijakan yang dijalankan. Melalui pemantauan media sosial dan saluran komunikasi digital lainnya, humas dapat memperoleh gambaran persepsi publik yang menjadi dasar untuk strategi komunikasi selanjutnya.



Tahap pencarian fakta dalam strategi komunikasi Humas Diskominfo dan Persandian Cianjur berperan penting sebagai dasar dalam merancang penyampaian informasi kepada publik. Dengan memantau opini dan respons masyarakat melalui media sosial dan kanal digital lainnya, Humas dapat memahami persepsi publik terhadap kebijakan pemerintah. Informasi kemudian disusun dan disebarluaskan melalui berbagai saluran seperti website resmi, media sosial, dan media lokal. Namun, efektivitas penyebaran informasi masih menghadapi kendala, terutama karena keterbatasan jangkauan kanal komunikasi dan kurangnya dukungan dari media lokal. Oleh karena itu, optimalisasi peran media serta penguatan jaringan komunikasi publik menjadi kunci dalam meningkatkan efektivitas strategi penyampaian informasi pemerintah kepada masyarakat.

Tahap Perencanaan

Tahap ini merupakan proses penyusunan strategi komunikasi oleh humas di Diskominfo dan Persandian Cianjur setelah pencarian fakta dilakukan. Fokus perencanaan meliputi penetapan tujuan komunikasi, analisis kondisi internal seperti sumber daya dan sarana digital, identifikasi hambatan, serta perumusan langkah-langkah yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat agar informasi program pemerintah tersampaikan secara efektif melalui media sosial instagram.



Tahap penyusunan strategi komunikasi oleh humas di Diskominfo dan Persandian Cianjur melibatkan beberapa langkah penting setelah pencarian fakta, seperti penetapan tujuan komunikasi, analisis kondisi internal, identifikasi hambatan, serta perumusan langkah-langkah yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Fokus utama dari strategi komunikasi ini adalah agar informasi program pemerintah dapat tersampaikan dengan efektif melalui media sosial, khususnya Instagram. Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) menekankan pentingnya perencanaan yang matang setiap tahun, karena media sosial, dengan kecepatan dan jangkauannya yang luas, menjadi saluran utama untuk memastikan informasi dapat diterima masyarakat dengan cepat dan efektif.

Tahap Komunikasi

Tahap ini menjadi bagian penting dalam strategi humas untuk menyampaikan informasi program pemerintah kepada masyarakat. Di Diskominfo dan Persandian Cianjur, komunikasi dilakukan secara aktif melalui media sosial instagram untuk menjangkau audiens secara luas dan tepat sasaran. Praktisi humas menggunakan berbagai bentuk komunikasi digital seperti infografis, video pendek, siaran langsung, dan narasi persuasif agar pesan mudah dipahami, menarik, serta membangun kedekatan emosional dengan publik. Efektivitas komunikasi digital menjadi kunci dalam membentuk citra positif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat.

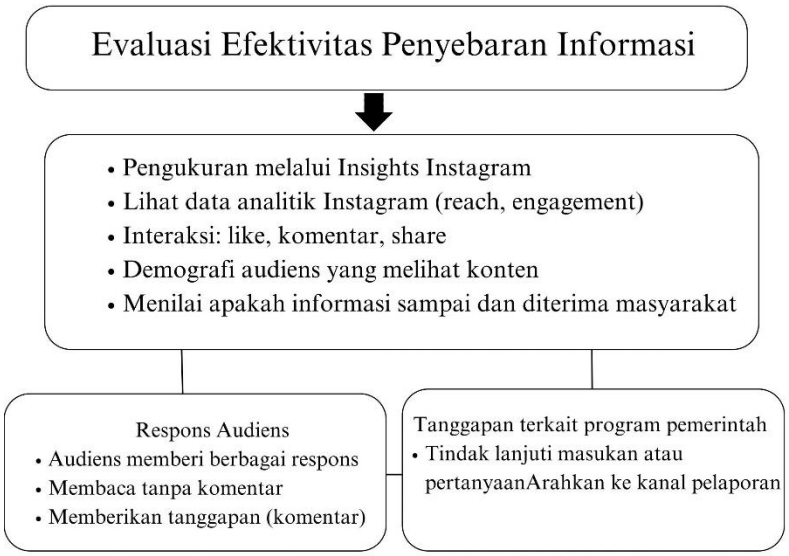
Tahap komunikasi merupakan bagian krusial dalam strategi humas untuk menyampaikan program pemerintah kepada masyarakat secara efektif. Di Diskominfo dan Persandian Kabupaten Cianjur, komunikasi dilakukan secara aktif melalui media sosial Instagram sebagai saluran utama untuk menjangkau audiens secara luas dan tepat sasaran. Praktisi humas memanfaatkan berbagai bentuk komunikasi digital seperti infografis, video pendek, siaran langsung, dan narasi persuasif agar pesan yang disampaikan mudah dipahami, menarik, serta mampu membangun kedekatan emosional dengan publik. Menurut Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP), strategi komunikasi dirancang secara terperinci setiap tahun dengan fokus pada pemilihan saluran komunikasi yang tepat, di mana media sosial dianggap sangat penting karena kemampuannya menyebarkan informasi secara cepat dan luas.

Gambar 2. Akun Instagram Diskominfo Persandian Cianjur

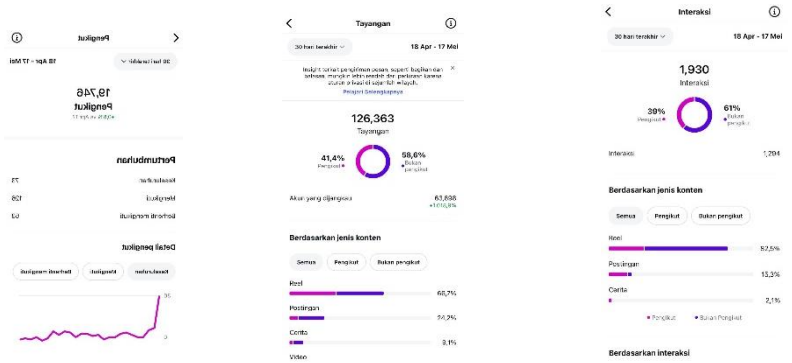
Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi merupakan langkah penting bagi humas di Diskominfo dan Persandian Cianjur untuk menilai efektivitas penyebaran informasi program pemerintah melalui media

sosial instagram. Umpan balik dari publik dijadikan dasar untuk menganalisis keberhasilan komunikasi. Evaluasi ini membantu mengukur sejauh mana pesan diterima dan tujuan tercapai, sekaligus menjadi acuan dalam menyempurnakan strategi komunikasi di masa mendatang.



Tahap evaluasi merupakan langkah penting bagi humas di Diskominfo dan Persandian Kabupaten Cianjur untuk menilai efektivitas penyebaran informasi program pemerintah melalui media sosial Instagram. Evaluasi dilakukan dengan menganalisis data analitik seperti jumlah tayangan, interaksi (like, komentar, dan share), serta demografi audiens yang mengakses konten. Menurut Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP), melalui data tersebut, humas dapat menilai apakah pesan yang disampaikan sudah diterima dengan baik oleh masyarakat. Selain data kuantitatif, umpan balik dari publik juga menjadi acuan penting, termasuk komentar dan tanggapan yang relevan terhadap program pemerintah. Respons tersebut tidak hanya menunjukkan keterlibatan audiens, tetapi juga dapat diarahkan ke kanal pelaporan yang tersedia untuk ditindaklanjuti.



Gambar 3. Hasil Insight Instagram Diskominfo Persandian Cianjur

KESIMPULAN

1. Peran Humas dalam Penyebaran Informasi Program Pemerintah Cianjur Humas Dinas Komunikasi dan Persandian Kabupaten Cianjur berperan penting sebagai penghubung antara pemerintah dan masyarakat. Mereka memanfaatkan media sosial seperti Instagram, untuk menyampaikan informasi program secara cepat dan luas. Hal ini mendukung keterbukaan informasi publik dan mendorong keterlibatan masyarakat

dalam proses pembangunan daerah.

2. Tahapan dalam strategi komunikasi humas dalam penyampaian informasi program pemerintahan terdiri atas empat tahap utama, yaitu tahap pencarian fakta, tahap perencanaan, tahap komunikasi, dan tahap evaluasi. Tahap pencarian fakta dilakukan untuk mengumpulkan data dan informasi akurat mengenai program-program pemerintah yang akan disampaikan kepada masyarakat.

Saran

1. Humas Dinas Komunikasi dan Persandian Kabupaten Cianjur, khususnya melalui Bidang Informasi dan Komunikasi Publik, menunjukkan konsistensinya dalam menyampaikan informasi terkini dan perkembangan program pemerintah melalui strategi komunikasi digital yang terarah. Instagram menjadi salah satu media utama yang digunakan secara aktif dalam menyebarluaskan informasi kepada masyarakat secara cepat, menarik, dan mudah diakses.
2. Pemanfaatan fitur-fitur seperti infografis, video pendek, serta caption yang persuasif, strategi ini memungkinkan humas untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang aktif di media sosial. Selain itu, humas juga dapat memperkuat kolaborasi dengan media massa lainnya untuk memperluas jangkauan informasi dan memperkuat citra positif pemerintah daerah. Melalui strategi komunikasi yang terpadu antara media sosial dan kemitraan dengan media, penyebaran program Pemerintah Cianjur menjadi lebih efektif dan berdampak langsung kepada publik.

DAFTAR PUSTAKA

Agustin, N. D. (2023). STRATEGI HUMAS DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA (DISKOMINFO) KOTA DEPOK DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM D'SUNTING MENARA DI KELURAHAN BEJI TIMUR (Doctoral dissertation, Universitas Nasional).

ALFIANI, E. (2023). Pelaksanaan tugas humas oleh diskominfo provinsi kalimantan selatan di akun Instagram@ Kalselmc Sebagai Media Penyebaran Informasi Publik Pada Januari 2021–Maret 2023 (Doctoral dissertation, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang).

Br Harahap, M. D. C. (2023). STRATEGI HUMAS DISKOMINFO DALAM MEMPUBLIKASIKAN KEGIATAN PEMERINTAHAN KABUPATEN BATU BARA MELALUI MEDIA SOSIAL (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA).

Faisal, T., & Muksin, N. N. (2024). Cyber Public Relations Herman Suherman dalam Kampanye Politik Bupati Cianjur 2020. Journal of Comprehensive Science (JCS), 3(10).

Fitrianingsih, B., & Kholik, A. (2021). Proses Humas Diskominfo Tangerang Selatan dalam Membangun Citra Positif melalui Instagram. AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2(2), 43-53.

Mariana, R. (2022). Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Bandung Dalam Sosialisasi Mal Pelayanan Publik Melalui Media Sosial Instagram Studi Kualitatif dengan Pendekatan Studi Kasus (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS PASUNDAN).

Nugraha, A. R., Sjoraida, D. F., & Novianti, E. (2022). Analisis strategi humas pemerintahan era milenial dalam menghadapi tata kelola informasi publik. PRofesi Humas, 6(2), 286-310.

Putri, Y. D., & Sutarjo, M. A. S. (2023). Strategi Humas Pemerintahan Kota Bandung dalam Mengelola Media Sosial Instagram@ humas_bandung. JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, 6(5), 3198-3205.

Satria, R., & Widodo, H. P. (2017). Strategi Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Sambas dalam Meningkatkan Citra Kabupaten. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP), 6(1).

TRIYONO, G. Y. (2022). PELAKSANAAN FUNGSI HUMAS YANG DILAKUKAN DISKOMINFO KABUPATEN SUKOHARJO DI AKUN INSTAGRAM@ Diskominfo. Skh (JANUARI–SEPTEMBER 2022) (Doctoral dissertation, Unika Soegijapranata Semarang).