

## OPTIMALISASI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL DALAM DISEMINASI INFORMASI SOSIAL DAN POLITIK OLEH HUMAS DPRD KOTA BOGOR

Nadila Nuranijiwa <sup>a</sup>, Abung Supama Wijaya <sup>b</sup>, Sulistio Murti Mulyono <sup>c</sup>

<sup>a,b</sup> Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor, Indonesia

<sup>c</sup> University of Belgrade, Serbia

E-mail: nadilanuranijiwa08@gmail.com

---

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis optimalisasi pengelolaan media sosial dalam diseminasi informasi sosial dan politik oleh Humas DPRD Kota Bogor. Perubahan dalam praktik kehumasan era digital mendorong pentingnya pemanfaatan media sosial sebagai saluran komunikasi efektif antara pemerintah dan masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif. Fokus utama penelitian ini adalah pada strategi pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh Humas DPRD Kota Bogor dalam membangun citra positif dan meningkatkan keterlibatan publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial yang efektif dapat meningkatkan keterbukaan informasi dan mempermudah interaksi dua arah antara pemerintah dan publik. Humas DPRD Kota Bogor telah berhasil memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi tentang kegiatan legislatif, pencapaian pemerintah daerah, serta merespons kritik dan saran dari masyarakat. Temuan lain juga mengindikasikan pentingnya perubahan strategi komunikasi kehumasan melalui revitalisasi dan transformasi birokrasi, serta penggunaan konten yang relevan dengan kebutuhan audiens. Kesimpulannya, optimalisasi media sosial oleh Humas DPRD Kota Bogor dapat memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat serta menciptakan citra pemerintahan yang lebih transparan dan responsif.

**Kata Kunci:** Media Sosial, Kehumasan, Diseminasi Informasi

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the optimization of social media management in the dissemination of social and political information by the Public Relations (PR) of the DPRD (People's Representative Council) of Bogor City. The shift in public relations practices in the digital era highlights the importance of utilizing social media as an effective communication channel between the government and the public. A qualitative approach with descriptive analysis was used in this research. The primary focus of the study is on the social media management strategies employed by the PR of the DPRD Bogor City in building a positive image and enhancing public engagement. The findings show that effective social media management can increase information transparency and facilitate two-way interaction between the government and the public. The PR of DPRD Bogor City has successfully used social media to disseminate information about legislative activities, government achievements, and respond to public feedback and suggestions. Other findings indicate the importance of changing communication strategies through revitalizing and transforming bureaucracy, as well as creating content that resonates with audience needs. In conclusion, optimizing social media by the PR of DPRD Bogor City strengthens the relationship between the government and the public and creates a more transparent and responsive government image.*

**Keywords:** Social Media, Public Relations, Information Dissemination

---

## PENDAHULUAN

Perubahan praktik kehumasan era digital ini berlaku global, bukan hanya sektor organisasi swasta tetapi juga terjadi pada humas pemerintah. Tujuan dasar dari humas pemerintah adalah membangun citra dan kepercayaan masyarakat. Aktivitas komunikasi yang menyampaikan kinerja, capaian dan kepercayaan publik kepada pemerintah adalah komunikasi kehumasan pemerintah (Muktiyo, 2020). Upaya membangun citra dan kepercayaan publik ini bukan perkara sederhana di tengah perubahan perilaku komunikasi masyarakat saat ini. Humas pemerintah dituntut mampu memastikan masyarakat mendapat informasi yang benar tentang pemerintahan agar tidak menimbulkan sebuah prasangka yang dapat mengancam citra instansi pemerintah di mata publik. Untuk mencapai tujuan tersebut, humas harus mampu menyusun dan mengaplikasikan diseminasi informasi yang tepat. Komunikasi strategi humas pemerintah digunakan untuk membangun citra dan kepercayaan publik terhadap instansi atau lembaga pemerintah (Muktiyo, 2020).

Pada instansi pemerintah, hubungan masyarakat dapat diartikan sebagai strategi untuk menyampaikan informasi kepada publik tentang aktivitas institusi dan karyawannya dari semua lini serta menyampaikan informasi yang relevan terkait dengan visi dan misinya (Muhia, 2010). Aktivitas kehumasan itu sendiri dapat dilaksanakan melalui kanal analog maupun kanal digital. Instansi pemerintahan berperan langsung dalam berinteraksi dengan masyarakat, sehingga memiliki kepentingan untuk membangun dan mengelola citra organisasi secara baik dan efektif. Upaya ini dapat diwujudkan melalui berbagai aktivitas kehumasan yang dirancang untuk memperkuat hubungan dengan publik serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap instansi tersebut.

Media sosial menjadi pilihan terbaik saat ini untuk didayagunakan sebagai strategi diseminasi informasi kehumasan pemerintah. Namun pemerintah diharuskan menemukan cara yang tepat untuk memasukkan teknologi tersebut ke dalam rencana diseminasi informasinya. Media sosial sangat populer, rendah biaya, mudah digunakan, dan mampu menjangkau khalayak luas sehingga harus menjadi perhatian humas pemerintah (Simatupang, 2020). Jika media sosial dapat dikelola secara baik sebagai sarana diseminasi informasi dialogis dengan konten yang menarik dan relevan bagi masyarakat, maka teknologi ini akan menjadi alat yang kuat dan dinamis untuk mengalirkan informasi sekaligus informasi sekaligus membangun hubungan dengan publik.

Dalam bukunya *Understanding Media*, (McLuhan, 1964) membuat sampel kasus bahwa teknologi diseminasi sangat penting untuk pengembangan tatanan sosial dan budaya baru yang menghasilkan transisi dari media cetak ke media elektronik. Keadaan ini akan menghasilkan modifikasi pada proses distribusi pesan dan pengenalan media baru yang akan mengubah cara orang memandang pesan media pada tingkat individu dan masyarakat. Untuk saat ini, media sosial adalah media terbaik untuk menyebarkan pengetahuan apa saja. Menurut laporan terbaru *We Are Social*, Indonesia memiliki 175,4 juta pengguna internet pada tahun 2020. Menurut data ulasan ini, 338,2 juta orang Indonesia memiliki ponsel yang terhubung ke internet, dan 160 juta di antaranya adalah pengguna media sosial aktif.

Pengaplikasian media sosial dalam rangka optimalisasi strategi kehumasan memerlukan langkah yang konkret. Instansi atau lembaga pemerintahan harus berani melakukan perubahan didanang kehumasan nya jika ingin mencapai tujuan. Lembaga pemerintahan harus mampu mereformasi birokrasinya, merevitalisasi dan mentransformasi humas untuk mewujudkan optimalisasi strategi kehumasan (Nugraha, et al., 2022). Mereformasi birokrasi dapat dilaksanakan dengan menetapkan program atau rencana kehumasan untuk mencapai sebuah tujuan dalam jangka waktu tertentu.

Media sosial yang semakin berkembang juga telah diadopsi oleh instansi pemerintah di berbagai negara untuk mendorong proses komunikasi yang lebih baik dengan masyarakat (Yavetz & Aharony, 2020). Dengan memanfaatkan interaksi dan komunikasi dua arah yang ditawarkan oleh media sosial, lembaga pemerintah dapat meningkatkan diseminasi informasi kepada khalayak, menjadi responsif terhadap umpan balik dari khalayak, serta meningkatkan transparansi biokrasi (Mergel, 2014).

Yavetz dan Aharony (2020) berpandangan bahwa penguasaan media sosial secara efektif dapat membantu lembaga pemerintah dalam menyinergikan kebijakan yang dibuat dengan kepentingan dan aspirasi masyarakat. Pemanfaatan media sosial memungkinkan instansi pemerintah untuk menjangkau publik secara lebih luas, cepat, dan interaktif dibandingkan dengan media konvensional. Saat ini, media sosial telah banyak dipergunakan di berbagai organisasi pemerintahan sebagai bagian integral dari aktivitas komunikasi, pelayanan, dan manajemen informasi publik. Keberadaannya tidak hanya dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun transparansi, akuntabilitas, dan partisipasi masyarakat dalam proses pemerintahan. Penggunaannya pun telah meluas ke berbagai ranah, seperti penegakan hukum, pelayanan publik, hingga komunikasi politik dan sosial yang dilakukan oleh lembaga legislatif maupun eksekutif.

Di era digital ini, organisasi dituntut untuk menguasai dan memanfaatkan TIK untuk kehumasan digital guna mendorong dan mendukung pelaksanaan fungsi dan pencapaian tujuannya. Sebagai contoh, organisasi dapat menerapkan sarana *electronic word of mouth* sebagai salah satu strategi yang dapat digunakan oleh para pelaku kehumasan dalam mengelola citra dan reputasi organisasi (Hasna & Irwansyah, 2019). Media sosial menjadi media yang paling banyak diminati untuk aktivitas kehumasan digital ini karena sifatnya yang interaktif, memfasilitasi komunikasi dua arah dan bersifat dialogis (Huang, et al., 2017).

Media memainkan peran penting dalam menyampaikan informasi, sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengakses berbagai kebijakan, program, serta informasi terkini yang dijalankan oleh pemerintah. Untuk memungkinkan masyarakat mendapatkan informasi yang faktual, media harus tersedia secara mudah dan dapat diakses kapan pun dan dimana pun (Pratama, 2022). Setiap individu memiliki hak yang setara dalam memperoleh informasi, baik mengenai layanan publik, pembangunan infrastruktur, kinerja pemerintah maupun berita. Oleh karena itu, keberadaan media sosial menjadi sangat krusial dalam menjembatani komunikasi antara publik dan pemerintah. Dalam konteks ini pemerintah memiliki tanggung jawab untuk berperan sebagai penyampai informasi publik, merespons kritik dan saran secara cepat serta menyebarkan informasi yang relevan secara transparan.

Penelitian ini terinspirasi oleh beberapa penelitian terdahulu, baik dalam konteks pengelolaan media sosial maupun sarana penyebaran informasi berbasis elektronik. Salah satunya adalah penelitian yang berjudul “Peran Humas dalam Mempublikasikan Kegiatan Pemerintahan Melalui Media Sosial Instagram di DPRD Kota Lahat” mengkaji strategi Humas DPRD Kota Lahat dalam mengelola dan menyebarkan informasi kepada publik melalui media sosial, khususnya Instagram. Penelitian ini menunjukkan bahwa peran Humas sangat penting dalam membentuk citra lembaga legislatif dan meningkatkan keterlibatan publik terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh DPRD. Dalam pelaksanaannya, Humas bertanggung jawab atas pembuatan konten, pemilihan waktu unggah, serta pemantauan tanggapan dari masyarakat, meskipun dihadapkan pada tantangan teknis dan sumber daya (Yuningsih dan Faizah, 2023: 45).

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji pemanfaatan media sosial oleh lembaga pemerintah dalam menyampaikan informasi publik. Namun, sebagian besar penelitian tersebut lebih menekankan pada peran media sosial sebagai sarana publikasi kegiatan lembaga, tanpa mengkaji secara mendalam strategi pengelolaan media sosial secara komprehensif. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya melengkapi kajian sebelumnya dengan menganalisis secara lebih mendalam strategi pengelolaan media sosial menggunakan pendekatan analisis ASOCA dalam konteks diseminasi informasi sosial dan politik oleh lembaga legislatif daerah.

Meskipun media sosial telah banyak digunakan oleh institusi pemerintah sebagai sarana komunikasi publik, dalam praktiknya pengelolaan media sosial lembaga pemerintah masih menghadapi berbagai tantangan. Tantangan tersebut antara lain berkaitan dengan keterbatasan sumber daya manusia, strategi pengemasan konten yang kurang menarik, serta persaingan dengan arus informasi yang sangat cepat di media digital. Kondisi ini dapat menyebabkan informasi yang disampaikan oleh lembaga pemerintah tidak tersampaikan secara optimal kepada masyarakat.

Oleh karena itu, diperlukan strategi pengelolaan media sosial yang tepat agar fungsi diseminasi informasi publik dapat berjalan secara efektif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh Humas DPRD Kota Bogor dalam mendiseminasikan informasi sosial dan politik kepada masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam pengelolaan media sosial serta menganalisis penerapan kerangka teori ASOCA dalam mengoptimalkan efektivitas diseminasi informasi melalui media sosial.

Kebaruan penelitian ini terletak pada penggunaan kerangka analisis ASOCA untuk mengkaji strategi pengelolaan media sosial oleh lembaga legislatif daerah dalam mendiseminasikan informasi sosial dan politik kepada masyarakat. Pendekatan ini memberikan perspektif baru dalam memahami bagaimana institusi pemerintah dapat mengoptimalkan media sosial tidak hanya sebagai sarana publikasi informasi, tetapi juga sebagai instrumen komunikasi strategis yang mampu meningkatkan keterlibatan publik.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif digunakan sebagai metode utama untuk mengumpulkan data yang mendalam dan deskriptif mengenai strategi diseminasi informasi melalui media sosial oleh DPRD Kota Bogor. Pendekatan ini menekankan pada pengamatan langsung yang alami serta interpretasi yang mendalam terhadap data yang diperoleh (Moleong, 2010). Peneliti sebagai instrumen utama memainkan peran kunci dalam mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasi data, sehingga diperlukan pemahaman teoritis yang kuat untuk menyelidiki strategi diseminasi informasi yang sedang diamati.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dengan model analisis interaktif yang meliputi tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti menyeleksi dan mengelompokkan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi sesuai dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk narasi deskriptif untuk mempermudah proses interpretasi. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan yang dilakukan dengan mengaitkan temuan penelitian dengan kerangka teori ASOCA sebagai alat analisis.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas pengelolaan media sosial Instagram @dprd.kotabogor, termasuk proses pembuatan konten, penjadwalan unggahan, serta interaksi yang terjadi antara akun tersebut dengan para pengikutnya. Wawancara semi-terstruktur dilakukan kepada Kepala Bagian Humas DPRD Kota Bogor dan pengelola media sosial untuk memperoleh informasi mengenai strategi pengelolaan media sosial, proses perencanaan konten, serta kendala yang dihadapi dalam diseminasi informasi. Sementara itu, dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data berupa tangkapan layar unggahan media sosial, laporan kegiatan, serta dokumen internal yang berkaitan dengan aktivitas kehumasan DPRD Kota Bogor.

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua kategori utama, yakni data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui proses observasi, wawancara, serta keterlibatan aktif dengan partisipan. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari dua narasumber utama yang memiliki peran langsung dalam pengelolaan media sosial DPRD Kota Bogor, yaitu Kepala Bagian Humas DPRD Kota Bogor serta pengelola akun Instagram DPRD Kota Bogor. Kedua narasumber tersebut dipilih karena memiliki pemahaman yang mendalam mengenai strategi pengelolaan media sosial, proses produksi konten, serta kebijakan komunikasi yang diterapkan dalam diseminasi informasi kepada masyarakat.

Dalam penelitian ini, kerangka teori ASOCA (Ability, Strength, Opportunity, Culture, Agility) digunakan sebagai alat analisis untuk mengkaji strategi pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh Humas DPRD Kota Bogor. Setiap komponen dalam kerangka ASOCA digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal maupun eksternal yang memengaruhi efektivitas diseminasi

informasi. Melalui pendekatan ini, penelitian dapat menganalisis kemampuan organisasi dalam mengelola media sosial, kekuatan yang dimiliki dalam penyampaian informasi, peluang yang dapat dimanfaatkan dalam ekosistem media digital, serta kemampuan adaptasi lembaga terhadap perubahan perilaku komunikasi masyarakat.

Sementara data sekunder berupa berbagai dokumen, arsip, dan referensi literatur yang mendukung dan melengkapi analisis terhadap data primer. Dalam tahap analisis, penelitian

ini menggunakan kerangka teori ASOCA (*Ability, Strength, Opportunity, Culture, Agility*) sebagai dasar dalam memahami dinamika pengambilan keputusan strategis (Suradinata, 2022) Penggunaan pendekatan ini memungkinkan peneliti mengidentifikasi faktor internal maupun eksternal yang memengaruhi keberhasilan strategi komunikasi, serta memberikan pijakan untuk mengusulkan perbaikan atau inovasi strategi yang lebih efektif dalam menyebarkan informasi publik melalui Instagram. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya menekankan pentingnya pengumpulan data yang valid dan relevan, tetapi juga mendalami konteks strategis yang membentuk praktik komunikasi publik di era digital saat ini.

## PEMBAHASAN

### 1. Efektivitas Media Sosial oleh Humas DPRD Kota Bogor Melalui Media Sosial dalam Diseminasi Informasi Sosial dan Politik

Instansi pemerintah, secara perlahan namun pasti, semakin mengadopsi teknologi sosial untuk menjalankan misinya dengan baik. Teknologi-teknologi tersebut secara bertahap dapat mengubah model-model lama aktivitas instansi pemerintah, utamanya untuk meningkatkan transparansi dan kepercayaan terhadap pemerintah, memfasilitasi partisipasi dan keterlibatan masyarakat dalam berbagai isu-isu publik serta meningkatkan kolaborasi baik di dalam maupun antar lembaga pemerintahan (Karakiza, 2015).

Pada perkembangannya, teknologi informasi dan komunikasi juga mendorong proliferasi dan maraknya perkembangan sejumlah platform media sosial. Media sosial memberikan akses inklusif kepada masyarakat terhadap informasi terkait dengan pemerintah dan dengan demikian dapat memfasilitasi partisipasi publik pada berbagai proses kebijakan dan politik (Bertot, et al., 2012). Kehadiran media sosial memungkinkan terciptanya ruang dialog antara pemerintah dan masyarakat secara dua arah. Interaksi ini memperkuat prinsip transparansi dan akuntabilitas dalam penyelenggaraan pemerintahan. Selain itu, media sosial juga menjadi sarana penting dalam membangun kepercayaan publik melalui komunikasi yang terbuka dan responsif.

**Gambar 1. Tampilan Instagram DPRD Kota Bogor**



Sumber: Instagram @dprd.kotabogor

DPRD Kota Bogor, sebagai salah satu instansi pemerintah, juga telah menggunakan media sosial untuk kanal diseminasi informasi dan kehumasan digital. Berdasarkan informasi dari hasil wawancara dengan Kepala Bagian Humas DPRD Kota Bogor, Kepala Bagian Instagram DPRD Kota Bogor, dan Kepala Bagian Media, strategi diseminasi informasi melalui instagram

@dprd.kotabogor telah terfokus pada identifikasi target audiens, pembuatan konten dan penalisasi yang menarik, dan evaluasi konten secara berkala.

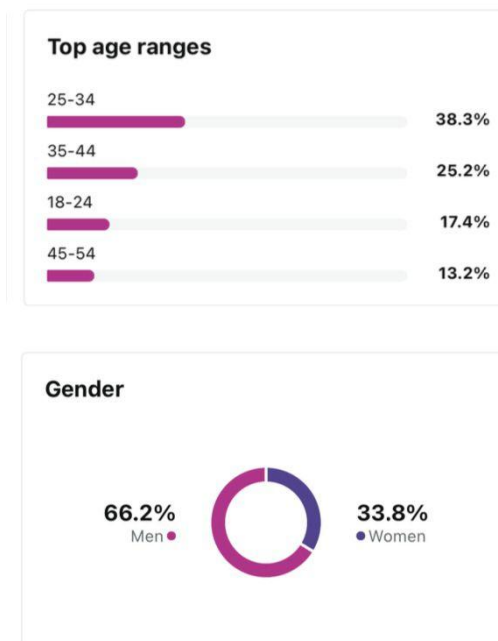
Humas DPRD Kota Bogor mendefinisikan media sosial sebagai platform berbasis internet yang bersifat dua arah, terbuka untuk publik, serta memungkinkan interaksi, partisipasi, diskusi, kolaborasi, dan penyebaran informasi secara luas. Dalam praktik pengelolaannya, media sosial di lingkungan DPRD Kota Bogor dibagi ke dalam dua kategori, yaitu media sosial utama dan media sosial pendukung. Media sosial utama merupakan kanal yang dikelola langsung oleh tim inti Humas sebagai saluran komunikasi resmi.

Sementara itu, media sosial pendukung dikelola oleh perwakilan, unit kerja, atau satuan kerja di bawah DPRD Kota Bogor sebagai pelengkap yang memperkuat fungsi kanal utama. Pengelompokan ini bertujuan mengatur alur komunikasi digital secara lebih terstruktur dan efektif dalam menyampaikan informasi kepada publik. Pendekatan ini penting untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan oleh DPRD tidak hanya tepat dan akurat, tetapi juga relevan dan dapat menarik perhatian masyarakat, terutama dalam konteks penyediaan informasi resmi yang bertujuan mengurangi informasi palsu atau hoaks.

Melalui wawancara tersebut, diketahui bahwa kesuksesan dalam menyebarkan informasi publik melalui instagram @dprd.kotabogor tidak semata-mata bergantung pada upaya yang dilakukan oleh pihak kehumasan DPRD Kota Bogor. Kesadaran masyarakat tentang pentingnya mendapatkan informasi yang akurat juga menjadi faktor kunci. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman dan apresiasi masyarakat terhadap peran penting informasi yang disampaikan melalui media sosial telah meningkat.

Dari data yang disajikan dalam gambar persentase rentang usia followers Instagram @dprd.kotabogor terlihat bahwa mayoritas pengguna berada dalam rentang usia 25 hingga 54 tahun dengan persentase sebesar 66.2% laki-laki dan 33.8% perempuan. Adapun sumber data tersebut didapatkan dari akun Instagram DPRD Kota Bogor.

**Gambar 2. Data Instagram @dprd.kotabogor, 2025.**



Sumber: Instagram @dprd.kotabogor

Hal ini mengindikasikan bahwa konten yang disajikan lebih diminati oleh orang-orang dewasa yang aktif dalam memantau perkembangan sosial dan politik pemerintahan. Keterlibatan aktif dari segmen usia ini juga mencerminkan pentingnya humas DPRD Kota Bogor untuk menyediakan informasi yang relevan dan bermanfaat bagi warga Kota Bogor yang aktif secara sosial dan politik. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat dan partisipasi aktif dalam

mengonsumsi informasi yang disampaikan melalui media sosial, seperti yang terlihat jumlah *followers* yang terus bertambah, DPRD Kota Bogor diharapkan terus meningkatkan efektivitas strategi diseminasi informasi mereka. Ini juga menegaskan bahwa dalam era digital ini, pemerintah perlu terus mengadaptasi strategi komunikasi mereka agar dapat mencapai dan melibatkan masyarakat secara lebih efisien dan efektif melalui platform-platform digital yang relevan.

## 2. Faktor Pendukung dan Penghambat Humas DPRD Kota Bogor dalam Pengelolaan Diseminasi Informasi Melalui Media Sosial

Jumlah *followers* instagram @dprd.kotabogor yang sebanyak 8.467 berasal dari usia 25 hingga 54 tahun menunjukkan bahwa konten yang disajikan oleh akun tersebut memiliki gaya tarik yang kuat bagi orang-orang dewasa yang aktif secara sosial dan politik. Usia ini sering kali merupakan masa di mana individu mulai mengambil peran yang lebih serius dalam masyarakat, seperti tentang pembangunan, pendidikan, ekonomi dan berpartisipasi dalam kehidupan politik lokal maupun nasional.

Fakta bahwa sebagian besar pengikut berasal dari kelompok usia ini juga mengindikasikan adanya ketertarikan terhadap perkembangan terkini yang berkaitan dengan aktivitas pemerintahan daerah, termasuk kebijakan dan inisiatif yang dijalankan oleh DPRD Kota Bogor. Hal ini menunjukkan bahwa generasi muda mulai aktif mencari informasi mengenai isu-isu sosial dan politik yang berdampak pada kehidupan mereka (Nadhila, et al., 2018). Kondisi ini menjadi peluang strategis bagi Humas DPRD Kota Bogor untuk membangun komunikasi yang lebih partisipatif melalui media sosial. Dengan menyediakan konten yang informatif, relevan, dan terpercaya, Humas dapat memperkuat keterlibatan publik dalam proses pemerintahan. Selain itu, langkah ini juga berkontribusi dalam membentuk hubungan yang lebih dekat, terbuka, dan transparan antara institusi legislatif dan masyarakat.

Dua faktor utama yang mendukung pelaksanaan optimalisasi diseminasi informasi melalui media sosial oleh Humas DPRD Kota Bogor adalah konten yang beragam dan keterampilan pegawai. Keberagaman konten memungkinkan penyampaian informasi yang lebih inklusif dan relevan bagi berbagai kalangan masyarakat. Konten yang disajikan melalui akun Instagram maupun artikel media telah berhasil menarik minat publik. Hal ini karena informasi yang dibagikan memuat isu-isu strategis seperti ekonomi, proyek renovasi pembangunan, dan pendidikan. Selain itu, keterampilan pegawai dalam mengelola media sosial turut berperan besar dalam memastikan penyampaian pesan yang efektif dan komunikatif.

**Gambar 3. Unggahan Instagram DPRD Kota Bogor**



Sumber: Instagram @dprd.kotabogor

Hal ini mencerminkan upaya untuk menginformasikan masyarakat tentang berbagai aspek penting dalam pembangunan dan kehidupan publik di Kota Bogor. Informasi yang disampaikan melalui media sosial diharapkan mampu meningkatkan partisipasi serta kesadaran masyarakat terhadap isu-isu strategis daerah. Selain itu, keterampilan para pegawai DPRD Kota Bogor dalam mengelola konten dan memanfaatkan platform digital merupakan aset berharga. Kemampuan tersebut memungkinkan penyampaian pesan yang lebih menarik, akurat, dan mudah dipahami oleh publik. Namun, keterbatasan jumlah staf yang tersedia tetap menjadi tantangan dalam menangani beragam tugas komunikasi secara maksimal.

Di era digital saat ini, masyarakat hidup dalam pusaran arus informasi yang sangat deras. Fenomena *information overload* atau kelebihan informasi menjadi tantangan besar dalam komunikasi publik modern. Setiap hari, individu terpapar oleh ribuan informasi dari berbagai saluran seperti media sosial, portal berita online, aplikasi pesan instan, dan surat elektronik. McLuhan (1964) dalam karyanya *Understanding Media* menyatakan bahwa perkembangan teknologi media turut memengaruhi cara manusia berinteraksi, berpikir, dan memproses informasi. Dalam konteks ini, media sosial memainkan peran penting sekaligus menjadi medan persaingan sengit antar informasi.

*Information overload* bukan sekadar soal banyaknya informasi, namun lebih kepada bagaimana informasi yang tidak terfilter dengan baik dapat mengganggu proses kognitif masyarakat dalam memilah, memahami, dan mengambil keputusan yang tepat (Eppler & Mengis, 2010). Dalam lingkup kelembagaan, hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi institusi seperti DPRD Kota Bogor, khususnya bagi bagian Humas yang bertanggung jawab atas diseminasi informasi kepada publik.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Pengelola Media Sosial DPRD Kota Bogor, salah satu tantangan utama dalam mengelola akun Instagram adalah memastikan konten yang dipublikasikan tidak tenggelam di tengah arus informasi yang padat di lini masa masyarakat. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan strategi komunikasi yang selektif, terencana, dan kreatif. Tim pengelola dituntut untuk mampu menyusun konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga menarik perhatian dan mudah dipahami oleh publik.

Tantangan ini semakin kompleks karena kecepatan arus informasi di media sosial dapat menyebabkan pesan cepat teralihkan jika tidak dikemas dengan baik (Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2013). Oleh karena itu, pengelolaan konten menjadi aspek krusial dalam optimalisasi diseminasi informasi melalui platform digital. Pernyataan tersebut menegaskan bahwa pengelolaan informasi di media sosial, khususnya platform seperti Instagram yang berbasis visual dan cepat, menuntut adanya strategi komunikasi yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik secara estetika dan emosional.

DPRD Kota Bogor sebagai lembaga legislatif daerah memiliki mandat untuk menjembatani kepentingan publik dan pemerintah. Salah satu bentuk pertanggungjawaban institusi ini adalah menyampaikan informasi sosial dan politik secara terbuka kepada masyarakat. Namun, di tengah informasi yang berseliweran tanpa henti, bagaimana informasi DPRD bisa sampai ke publik dengan tepat sasaran?

Strategi pertama yang diterapkan dalam pengelolaan media sosial DPRD Kota Bogor adalah memprioritaskan kualitas konten dibandingkan kuantitas. Langkah ini dilakukan melalui proses kurasi informasi yang ketat, dengan fokus pada isu-isu yang relevan bagi masyarakat. Konten yang disajikan tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga dikemas dalam bentuk *storytelling*, infografis, dan video singkat berdurasi maksimal 60 detik. Pendekatan ini ditujukan untuk menjangkau publik yang memiliki keterbatasan waktu dan rentang perhatian yang pendek. Dengan penyajian narasi yang *relatable*, informasi menjadi lebih mudah dipahami dan diterima oleh masyarakat.

Strategi lain yang diterapkan adalah segmentasi audiens berdasarkan karakteristik demografis dan minat. Pendekatan ini memungkinkan tim Humas untuk memproduksi konten yang lebih sesuai dengan kebutuhan informasi masyarakat, misalnya dengan menggunakan bahasa yang lebih informal untuk segmen usia muda, atau menyisipkan elemen edukatif bagi kelompok masyarakat yang kurang terpapar isu-isu politik.

Fenomena berita palsu (hoaks) dan disinformasi juga menjadi perhatian penting. Di tengah maraknya penyebaran konten negatif, bagian Humas DPRD Kota Bogor berkomitmen untuk menjaga kredibilitas dengan menyajikan informasi yang sudah melalui proses verifikasi berlapis. Keterbukaan sumber, akurasi data, dan rujukan yang jelas menjadi standar dalam setiap unggahan. Upaya ini dilakukan tidak hanya untuk menyampaikan informasi, tetapi juga membangun kepercayaan publik terhadap institusi legislatif.

Selain itu, tim Humas juga mengembangkan sistem monitoring media sosial untuk membaca respons publik secara *real time*. Melalui fitur analitik dan pelacakan komentar atau *direct message*, mereka dapat menilai topik mana yang menarik perhatian, menimbulkan perdebatan, atau justru mengundang sentimen negatif. Respons cepat terhadap masukan masyarakat menjadi salah satu indikator keberhasilan mereka dalam membangun komunikasi dua arah.

Namun, perlu diakui bahwa dalam praktiknya, *negativity bias* masih menjadi hambatan. Konten yang bernada negatif seringkali mendapatkan perhatian lebih besar dibandingkan konten positif (Handoko, et al., 2021). Oleh karena itu, humas perlu secara aktif menyeimbangkan persepsi publik dengan cara menonjolkan pencapaian dan inovasi-inovasi yang telah dilakukan oleh DPRD Kota Bogor. Misalnya, pelaporan tentang pengesahan perda yang berpihak pada UMKM lokal, kunjungan kerja yang berdampak pada pembangunan wilayah, atau inisiasi program yang merespons kebutuhan masyarakat rentan.

Untuk memperkuat dampak dari upaya tersebut, Humas DPRD Kota Bogor juga mendorong penerapan digital *well-being*, termasuk kampanye digital *detox*. Masyarakat diajak untuk menggunakan media sosial secara sehat, tidak berlebihan, dan selektif dalam menerima informasi. Upaya ini bertujuan untuk mengurangi tekanan mental akibat *overexposure* digital, sekaligus meningkatkan kualitas interaksi online antara lembaga dan masyarakat.

Secara keseluruhan, pengelolaan diseminasi informasi oleh Humas DPRD Kota Bogor di tengah tantangan information overload tidak hanya memerlukan strategi teknis, tetapi juga pendekatan yang humanistik dan adaptif. Keterampilan dalam mengelola komunikasi visual, memahami dinamika psikologis audiens, dan kecepatan dalam merespons menjadi komponen vital dari keberhasilan komunikasi publik di era digital.

Dengan manajemen media sosial yang terstruktur, responsif, dan kredibel, Humas DPRD Kota Bogor dapat menjaga keberlanjutan relasi publik yang sehat dan produktif. Pendekatan ini menunjukkan bahwa komunikasi digital yang dikelola dengan baik dapat menjadi sarana efektif dalam membentuk citra lembaga yang terbuka dan akuntabel. Strategi ini menjadi contoh konkret bagaimana lembaga legislatif daerah mampu memanfaatkan teknologi komunikasi modern. Melalui penyampaian informasi yang konsisten dan relevan, masyarakat diajak untuk lebih terlibat dalam proses pengambilan keputusan publik. Hal ini turut memperkuat kepercayaan publik serta memperluas partisipasi dalam pemerintahan yang transparan dan demokratis.

### **3. Upaya yang Sudah Diterapkan oleh Humas dalam Pelaksanaan Diseminasi Informasi Sosial dan Politik dalam Media Sosial DPRD Kota Bogor**

Dalam menghadapi tantangan mencapai tujuan diseminasi informasi melalui media sosial, DPRD Kota Bogor dapat mengadopsi strategi pengambilan keputusan ASOCA. ASOCA merupakan singkatan dari Analisis Situasi, Orientasi, Keputusan, dan Aksi. Pertama, dengan melakukan Analisis Situasi, Humas DPRD Kota Bogor dapat mengevaluasi secara menyeluruh kondisi internal dan eksternal yang memengaruhi efektivitas media sosial mereka. Ini mencakup pemetaan pesaing, analisis kekuatan dan kelemahan internal, serta evaluasi tren dan perubahan dalam perilaku konsumen media sosial. Kedua, dalam Orientasi, humas perlu memfokuskan perhatian pada pengembangan orientasi yang tepat terhadap tujuan yang ingin dicapai. Ini mencakup mengidentifikasi audiens target dengan lebih spesifik, memahami preferensi dan perilaku mereka di media sosial, serta mengenali nilai-nilai yang mereka cari dalam konten yang disajikan. Dengan demikian, mereka dapat menyusun strategi komunikasi yang lebih relevan dan berdaya tarik.

Langkah berikutnya adalah pengambilan Keputusan yang cermat. Dalam fase ini, humas harus menggunakan data dan informasi dari analisis situasi untuk membuat keputusan yang informatif

dan strategis. Ini termasuk pemilihan platform media sosial yang paling efektif, penentuan jenis konten yang akan diproduksi, serta alokasi anggaran dan sumber daya secara efisien. Terakhir melalui Aksi, humas DPRD Kota Bogor dapat menerapkan rencana tindakan yang telah disusun dengan matang. Ini mencakup produksi konten secara teratur sesuai dengan rencana konten yang telah dirumuskan, pengelolaan interaksi dengan pengikut secara aktif, serta monitoring dan evaluasi secara berkelanjutan terhadap diseminasi informasi media sosial mereka.

Dengan menerapkan pendekatan ASOCA ini, diharapkan humas dapat mengoptimalkan efektivitas diseminasi informasi mereka melalui media sosial. Pendekatan ini memberikan kerangka kerja yang sistematis dalam merancang strategi komunikasi yang tepat sasaran. Melalui penerapan ASOCA, pesan yang disampaikan dapat lebih mudah dipahami dan diterima oleh berbagai lapisan masyarakat. Selain itu, hubungan antara lembaga dan publik dapat terjalin lebih erat melalui komunikasi yang partisipatif dan relevan. Dengan demikian, tujuan diseminasi informasi yang ditetapkan dapat tercapai secara lebih maksimal dan berdampak positif bagi pembangunan komunikasi publik.

Dalam konteks komunikasi publik, penyederhanaan pesan merupakan strategi penting untuk memastikan informasi yang kompleks dapat dipahami oleh khalayak luas (Rivki, et al., 2024). Humas DPRD Kota Bogor telah menerapkan pendekatan ini dengan efektif dalam pengelolaan konten Instagram mereka. Isu-isu sosial dan politik yang cenderung kompleks disajikan dalam bentuk narasi yang ringkas dan mudah dipahami, tanpa mengurangi substansi informasi. Penggunaan bahasa yang lugas dan non-teknis dalam caption, serta penyajian data melalui infografis yang menarik, memudahkan masyarakat dalam memahami kebijakan atau kegiatan lembaga tanpa hambatan bahasa atau teknis.

Selain itu, kredibilitas konten menjadi aspek krusial dalam membangun kepercayaan publik. Humas DPRD Kota Bogor memastikan bahwa seluruh konten yang diunggah menyertakan sumber informasi yang jelas dan dapat diverifikasi. Dokumentasi kegiatan resmi DPRD, kutipan langsung dari anggota dewan, serta visualisasi data berdasarkan agenda kelembagaan disajikan secara transparan. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan publik terhadap informasi yang disampaikan, tetapi juga memperkuat citra DPRD sebagai lembaga yang akuntabel dan responsif.

Interaksi publik yang bersifat positif, seperti komentar yang menanyakan kelanjutan suatu kebijakan atau memberikan dukungan terhadap kegiatan legislatif, mencerminkan keberhasilan strategi ini. Respons aktif dari masyarakat menunjukkan bahwa konten yang disajikan tidak hanya informatif, tetapi juga relevan dan membangkitkan partisipasi publik. Hal ini sejalan dengan temuan (Nadhila, et al., 2018) Anggrayni, et al. 2018), yang menyatakan bahwa ruang publik interaktif yang disediakan oleh media sosial dapat meningkatkan kepercayaan khalayak terhadap lembaga legislatif.

Lebih lanjut, strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas DPRD Kota Bogor melalui Instagram menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat yang efektif dalam membangun hubungan antara lembaga legislatif dan masyarakat. Dengan menyajikan informasi yang sederhana namun kredibel, Humas DPRD Kota Bogor berhasil menciptakan komunikasi dua arah yang konstruktif, meningkatkan partisipasi publik, dan memperkuat legitimasi lembaga di mata masyarakat.

#### **4. Analisis ASOCA dalam Memaksimalkan Efektivitas Diseminasi Informasi Menggunakan Media Sosial**

Dalam upaya mengkaji penerapan teori ASOCA secara lebih mendalam dalam konteks optimalisasi pengelolaan media sosial oleh Humas DPRD Kota Bogor, diperlukan analisis yang komprehensif terhadap setiap tahapan dalam model tersebut. Analisis ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih sistematis mengenai bagaimana setiap komponen ASOCA berkontribusi dalam meningkatkan efektivitas diseminasi informasi sosial dan politik melalui media sosial. Berikut ini dipaparkan analisis penerapan ASOCA dalam memaksimalkan efektivitas diseminasi informasi oleh Humas DPRD Kota Bogor.

##### **a. Implikasi Teoritis**

Penerapan pendekatan ASOCA dalam pengelolaan media sosial oleh Humas DPRD Kota Bogor memberikan kontribusi teoritis yang signifikan terhadap pengembangan kajian komunikasi strategis, khususnya dalam konteks komunikasi institusi pemerintahan di era digital. ASOCA membuktikan bahwa keberhasilan diseminasi informasi tidak hanya bergantung pada keberlimpahan informasi atau frekuensi penyampaian pesan, melainkan pada kemampuan institusi dalam menjalankan siklus analisis, orientasi, pengambilan keputusan, dan aksi secara terpadu dan berkesinambungan. Pendekatan ini menekankan pentingnya keterhubungan antara pemahaman situasional yang akurat, penajaman tujuan strategis, pengambilan keputusan berbasis bukti empiris, serta eksekusi yang responsif terhadap dinamika audiens.

Dengan demikian, penerapan ASOCA memperkaya literatur dengan menawarkan perspektif dinamis tentang bagaimana komunikasi institusi dapat beradaptasi di tengah perubahan ekosistem media sosial yang cepat dan disruptif. Selain itu, integrasi prinsip-prinsip ASOCA dalam ranah diseminasi informasi sosial-politik memperluas relevansi teoritisnya dari sektor korporasi ke sektor publik, menegaskan bahwa teori ini mampu menjembatani kebutuhan organisasi untuk tetap *agile*, berbasis data, dan berfokus pada hubungan jangka panjang dengan audiens mereka.

#### **b. Implikasi Praktis**

Dari sisi praktis, implementasi pendekatan ASOCA memberikan pedoman operasional yang komprehensif bagi Humas DPRD Kota Bogor dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan media sosial sebagai saluran utama komunikasi publik. Melalui tahap analisis situasi yang komprehensif, humas dapat secara lebih tepat mendeteksi perubahan preferensi, sentimen masyarakat, serta peta isu-isu strategis yang relevan, sehingga mampu menyesuaikan pesan secara kontekstual. Pada tahap orientasi, fokus yang tajam terhadap tujuan spesifik serta pemahaman mendalam terhadap audiens sasaran membantu humas untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih relevan, personal, dan bermakna. Proses pengambilan keputusan berbasis data yang sistematis mendorong efisiensi dalam penggunaan platform, desain konten, dan manajemen sumber daya, sehingga meningkatkan *Return on Investment (ROI)* dalam setiap aktivitas komunikasi yang dijalankan. Sementara itu, tahap aksi yang berorientasi pada monitoring dan evaluasi berkelanjutan memungkinkan humas untuk membangun komunikasi dua arah yang lebih terbuka, responsif, dan partisipatif dengan masyarakat. Secara keseluruhan, implementasi ASOCA memungkinkan terciptanya model pengelolaan media sosial yang lebih adaptif, akuntabel, serta mampu memperkuat kredibilitas dan legitimasi institusi DPRD di mata publik. Dengan penerapan yang konsisten, humas tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai fasilitator hubungan harmonis antara lembaga legislatif dan masyarakat, sekaligus memperkokoh partisipasi warga dalam proses pembangunan sosial-politik di tingkat lokal.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi diseminasi informasi Humas DPRD Kota Bogor melalui media sosial, khususnya Instagram, telah dirancang secara sistematis dan sesuai dengan karakter masyarakat digital saat ini. Upaya ini terlihat dari penggunaan konten yang relevan, pendekatan komunikatif, serta pemanfaatan fitur-fitur digital yang interaktif. Media sosial digunakan tidak hanya sebagai alat penyebaran informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun komunikasi dua arah antara lembaga dan masyarakat. Strategi ini terbukti meningkatkan keterlibatan publik dalam isu-isu legislatif daerah. Dengan demikian, media sosial telah menjadi kanal komunikasi yang strategis dan fungsional dalam konteks pemerintahan daerah.

Penerapan kerangka teori ASOCA dalam penelitian ini memberikan pemahaman menyeluruh mengenai faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan komunikasi publik. Humas DPRD Kota Bogor mampu mengidentifikasi situasi komunikasi, menetapkan orientasi strategis, dan mengambil keputusan berbasis data secara adaptif. Strategi ini mendukung penyampaian informasi yang akurat, kredibel, dan sesuai kebutuhan masyarakat. Hasil penelitian ini juga menjawab rumusan masalah mengenai efektivitas strategi komunikasi digital yang diterapkan. Selain itu, peran SDM yang kompeten menjadi salah satu penentu keberhasilan dalam menyusun dan menjalankan strategi tersebut.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada pendekatan kualitatif yang belum menggambarkan secara kuantitatif tingkat pengaruh media sosial terhadap partisipasi politik masyarakat. Oleh karena itu, penelitian lanjutan disarankan menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur dampak secara lebih luas dan objektif. Selain itu, perlu adanya evaluasi rutin terhadap strategi konten agar tetap relevan dengan dinamika sosial-politik. Penguatan kapasitas SDM dan peningkatan koordinasi antarunit kerja juga menjadi rekomendasi penting untuk mendukung optimalisasi komunikasi digital. Dengan langkah-langkah tersebut, peran media sosial dalam memperkuat transparansi dan partisipasi publik dapat terus ditingkatkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bertot, J. C., Jaeger, P. T., & Hansen, D. (2012). The impact of polices on government social media usage: Issues, challenges, and recommendations. *Government Information Quarterly*, 29(1), 30-40. doi:<https://doi.org/10.1016/j.giq.2011.04.004>
- Eppler, M. J., & Mengis, J. (2010). The concept of information overload: A review of literature from organization science, accounting, marketing, MIS, and related disciplines. *The Information Society*, 26(5), 325-344. Diambil kembali dari <https://pure.tue.nl/ws/portalfiles/portal/3587505/1531467416964.pdf>
- Handoko, J., Narsa, I. M., & Basuki, B. (2021). Role difference and negativity bias relevance in strategy review: An experiment. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1938928. doi:<https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1938928>
- Hasna, S., & Irwansyah, I. (2019). Electronic word of mouth sebagai strategi public relation di era digital. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 18. doi:<https://doi.org/10.14710/interaksi.8.1.18-27>
- Huang, Y. H., Wu, F., & Huang, Q. (2017). Does research on digital public relations indicate a paradigm shift? An analysis and critique of recent trends. *Telematics and Informatics*, 34(7), 1364-1376.
- Karakiza, M. (2015). The impact of social media in the public sector. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 175, 384-392. doi:<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.1214>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2013). *Statistik pengguna media sosial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. Diambil kembali dari <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/iptekkom/article/view/3378/1474>
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. McGraw-Hill. Diambil kembali dari <https://archive.org/details/ETC0624>
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya. Diambil kembali dari <https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/201209/metodologi-penelitian-kualitatif>
- Muhia, C. K. (2010). *The role of public relations in the public sector: A comparative analysis of communication strategies in the Ministry of Defence and the Police Department in Kenya*. Diss. Diambil kembali dari <http://erepository.uonbi.ac.ke:8080/handle/123456789/3830>
- Muktiyo, W. (2020). *Strategi komunikasi dan diseminasi informasi publik pemerintah terkait penanggulangan pandemi covid-19*. Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik.
- Nadhila, F., Ningrum, R. S., Shafarina, J. F., Anggrayni, D., D., D., & D. (2018). Peran Humas dalam mempublikasikan kegiatan DPRD Kota Bogor melalui media sosial Instagram. *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Dakwah*, 8(1), 1-9. doi:<https://doi.org/10.32832/komunika.v8i1.11488>
- Nugraha, A. R., Sjoarida, D. F., & Novianti, E. (2022). Analisis strategi humas pemerintahan era milenial dalam menghadapi tata kelola informasi publik. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Ilmu Sejarah*, 8(1), 45-58. Diambil kembali dari <https://ejournal.lmiimedan.net/index.php/jm/article/download/163/145>
- Pratama, Y. (2022). Strategi digital public relations di lembaga pemerintah. *Jurnal Komunikasi Pemerintahan*, 7(2), 101-115. doi:<https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i2.437>

- Rivki, A. N., Handayani, S., & Alamsyah, F. (2024). Analisis pemanfaatan Artificial Intelligence sebagai sarana efisiensi komunikasi publik di era BANI. *Konstitusi: Jurnal Ilmu Hukum dan Politik*, 1(4), 170-177. Diambil kembali dari <https://ejournal.appihi.or.id/index.php/Konstitusi/article/download/183/337/1130>
- Simatupang, O. (2020). Kompetensi humas pemerintah dalam menghadapi revolusi industri 4.0. *Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi dan Pembangunan)*, 21(1), 98-108. Diambil kembali dari <https://media.neliti.com/media/publications/481446-none-97ba5224.pdf>
- Sugiono, S. (2020). Industri konten digital dalam perspektif Society 5.0 (Digital content industry in Society 5.0 perspective). *Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi*, 22(2), 175-191. Diambil kembali dari <https://www.neliti.com/id/publications/417271/industri-konten-digital-dalam>
- Suradinata, E. (2022). *Analisa kepemimpinan strategi pengambilan keputusan dan metode analisis ASOCA*. Alqaprint. Diambil kembali dari <http://repository.president.ac.id/bitstream/handle/123456789/5956/Analisis%20kepemimpinan%20strategi%20pengambilan%20keputusan%20-%20Ermaya%20Suradinata.pdf?se>
- Trisilia, A. L., & Pebriana, R. (2023). Peran humas dalam mempublikasikan kegiatan pemerintah melalui media sosial Instagram di sekretariat DPRD Kota Lahat. *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi*, 2(2), 1-9. Diambil kembali dari <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jsikom/article/view/17450>
- Yavetz, G., & Aharony, N. (2020). Social media in government offices: Usage and strategies. *Aslib Journal of Information Management*. doi:<https://doi.org/10.1108/AJIM-11-2019-0313>